भारतीय विपणन रणनीति

(सार्क देशों के विशेष सन्दर्भ में)

(India's Marketing Strategy With Special Reference to "SAARC" Countries)

इलाहाबाद विश्वविद्यालय की डी० फिल्० उपाधि के लिए प्रस्तुत

शोध प्रबन्ध

निर्देशक

डॉ० वी० एम० बैजल

शोधकर्ता

ज्ञान प्रकाश वर्मा

वाणिज्य एवं व्यवसाय प्रशासन विभाग,

इलाहाबाद विश्वविद्यालय,

इलाहाबाद

2001

प्राक्कथन

सार्क एक बहुपक्षीय क्षेत्रीय मच (फोरम) है जिसमे जनसख्या, भूमि क्षेत्रफल, प्राकृतिक ससाधन, सकल घरेलू उत्पाद (जी०डी०पी०), विदेशी व्यापार एव क्षेत्रीय राजनीति की दृष्टि से भारत का वर्चस्व है ।

भारत मे विपणन एव व्यापार की नवीन नीति को १९९१ से लागू किया गया जिससे बाह्य उन्मुखी विपणन रणनीति को प्रोत्साहन मिला है । यह शोध प्रबन्ध **''भारतीय विपणन रणनीति - सार्क देशो के विशेष सन्दर्भ मे''** एक विनम्र प्रयास है ।

प्रस्तुत शोध कार्य **डॉ० वी०एम० बैजल**, रीडर, वाणिज्य एव व्यवसाय प्रशासन विभाग, इलाहाबाद विश्वविद्यालय, इलाहाबाद के कुशल एव विद्वतापूर्ण निर्देशन का परिणाम है । इस शोध प्रबन्ध को वर्तमान रूप देने मे उनके महत्वपूर्ण योगदानो को मै जीवनपर्यन्त नही भुला सकूँगा ।

इस शोध–यज्ञ को पूरा करने मे निम्न महानुभावो का सहयोग मुझे सतत् प्राप्त होता रहा है – **प्रोफेसर पी०सी० शर्मा**, विभागाध्यक्ष, वााणिज्य एव व्यवसाय प्रशासन विभाग, इलाहाबाद, **श्री एल०एम० वर्मा**, पुस्तकालयाध्यक्ष, वाणिज्य एव व्यवसाय प्रशासन विभाग, इलाहाबाद विश्वविद्यालय, **डॉ० एस०सी० तिवारी**, प्राचार्य, काशी नरेश राजकीय स्नातकोत्तर महाविद्यालय, ज्ञानपुर, **डॉ० महेन्द्रराम**, विभागाध्यक्ष, भूगोल, **श्री सुशील बाबू**, प्रवक्ता, भूगोल, **श्रीमती मंजू सिह**, प्रवक्ता, वाणिज्य, **श्रीमती इन्दू श्रीवास्तव**, विभागाध्यक्ष, समाजशास्त्र, **डॉ० आनन्द प्रकाश पाण्डेय**, वरिष्ठ प्रवक्ता, दर्शन शास्त्र, **डॉ० राजकुमार सिंह**, वरिष्ठ प्रवक्ता, रसायन विज्ञान, **डॉ० सत्येन्द्र सिह**, वरिष्ठ प्रवक्ता रसायन विज्ञान विभाग, काशी नरेश स्नातकोत्तर महाविद्यालय, ज्ञानपुर, **श्री ज्ञानप्रकाश यादव**, एम०बी०ए०, इलाहाबाद । काशी नरेश राजकीय स्नातकोत्तर महाविद्यालय, ज्ञानपुर के अर्थशास्त्र विभाग के विभागाध्यक्ष **श्री धर्मराज सिह**, ने इस शोध–यज्ञ को पूरा करने मे जहाँ समय–समय पर मुझे प्रोत्साहित किया, वही अर्थशास्त्र विभाग के ही **डॉ० शिव नारायण गुप्त** ने इस शोध–यज्ञ हेतु सामग्री चयन एव प्रस्तुतीकरण मे अपना अप्रतिम योगदान दिया है । उक्त सभी महानुभावो का मै हृदय से आभार व्यक्त करता हूँ ।

इस शोध कार्य को पूरा करने मे मेरे **कर्मयोगी पिता, स्नेहमयी माँ, पत्नी, भाइयों, परिवार के अन्य सदस्यो, गुरुजनों, मित्रो, सहयोगियो, विद्यार्थियो एवं अन्य शुभ चिन्तकों** की कृपा, आशीर्वाद, प्रेरणा एव सद्भावना निरन्तर मुझे स्फूर्ति प्रदान करती रही । मै सभी पूज्य एव प्रियजनो के प्रति हार्दिक सम्मान एवं कृतज्ञता ज्ञापित करता हूँ ।

अन्त मे प्रेम, करुणा, त्याग, दया और वात्सल्य की प्रतिमूर्ति **स्नेहमयी ताई** एव **कर्मयोगी ताऊ** जिनके आशीर्वाद के बिना यह शोध–यज्ञ पूर्ण नहीं हो सकता था, को मै अपनी यह धरोहर हृदय से समर्पित करता हूँ ।

कैलाशपुरी, सलोरी,
इलाहाबाद ।

(ज्ञान प्रकाश वर्मा)

अनुक्रम

*

अध्ययन में प्रयुक्त संकेताक्षर

A D B	Asian Development Bank	एशियाई विकास बैंक	ए डी बी
A P E C	Asia Pacific Economic Co-operation	एशिया प्रशान्त आर्थिक क्षेत्र	एपेक
A S E M.	Asia Europe Metting	एशिया यूरोप मिटिंग	एसेम
A S.E.A.N	Association of South East Asian Countries	दक्षिण–पूर्व एशियाई देशों का सगठन	एसियान
A.G C C	Arabian Gulf Co-operation Council	अरबियन गल्फ सहयोग सम्मेलन	ए जी सी सी
B.I.S T E C	Bangladesh,India, Srilanka, Thailand, Economic Cooperation	बॅंगलादेश भारत श्रीलका थाईलैण्ड इकोनामिक कोआपरेशन	बिस्टेक
C E.C	Commitee on Economic Co-operation	आर्थिक सहयोग समिति	सी ई सी
C.E.A.	Chinese Economic Area.	चीनी आर्थिक क्षेत्र	सी ई ए
C A.C.M.	Central American Common Market	केन्द्रीय अमेरिकी साझा बाजार	सी ए सी.एम
C.E.A.O	Community Ecnomique de 'T' Amerique De 'T' Quest	आर्थिक समुदाय का अमेरिकी सगठन अमेरिकी सगठन	सी ई ए ओ
C A.R.I C O M.	Caribbean Community and Common Market.	कैरीबियन समुदाय एव साझा बाजार	कैरीकाम
C E P.G.L.	Communaute Economique des pay des Grands Lacs		सेपजल
D.B E S	Development of Basic Economic Structure.	बुनियादी आर्थिक ढाँचे का विकास	डी बी.ई एस
D G.F T	Directorate General of Foreign Trade	विदेशी व्यापार महानिदेशालय	डी जी.एफ टी
E.C M.	European Common Market	यूरोप साझा बाजार	ई सी एम
E.E.C	European Economic Community.	यूरोपीय आर्थिक समुदाय	ई ई सी
E.F.T.A.	European Free Trade Association	यूरोपीय मुक्त व्यापार सघ	एफ्टा
E U.	Eutopean Union.	यूरोपीय सघ	ई यू
E S C.A.P.	Economic and Social Commission for Asia and the Pacific.	आर्थिक एव सामाजिक आयोग एशिया एव प्रशान्त क्षेत्र	इस्कैप
E.C.O.W.A.S.	Economic Community of the West African States.	पश्चिमी अफ्रिकी देशों का आर्थिक समुदाय	इकोवास
E.C.C.A.S.	Economic Community of the central African States.	केन्द्रीय अफ्रीकी देशों का आर्थिक समुदाय	एक्कास
E.E.A.	European Economic Area	यूरोपीय आर्थिक क्षेत्र	ई ई ए
F.D.I.	Foreign Direct Investment	विदेशी प्रत्यक्ष निवेश	एफ.डी.आई
G.D.P.	Gross Domestic Product	सकल घरेलू उत्पाद	जी डी.पी
G.N.P.	Gross National Product.	सकल राष्ट्रीय उत्पाद	जी.एन पी
G.A.T.T.	General Agreement on Tariffs and Trade	व्यापार सबधी सामान्य समझौता	गैट.

G.A.T.T	General Agreement on Tariffs and Trade	व्यापार सबधी सामान्य समझौता	गैट
H.R.D	Human Resource Development	मानव ससाधन विकास	एच आर डी
I.M.F	International Monetary Fund	अतर्राष्ट्रीय मुद्रा कोष	आई एम एफ
I.P.A	Integrated Programme of Action	कार्य के एकीकृत कार्यक्रम	आई पी ए
I.D.A.	International Development Association	अतर्राष्ट्रीय विकास समुदाय	आई डी ए
I.B.R.D	International Bank for Reconstruction and Development (World Bank)	पुनर्निर्माण एव विकास के लिए अन्तर्राष्ट्रीय बैंक (विश्व बैंक)	आई बी आर डी
I.G.G	Inter Goverment Group	अन्तर सरकारी समूह	आई जी जी
I.T.S	Integrated Transit System.	समन्वित लेन–देन प्रणाली	आई टी एस
I.O.R.A.R.C	Indian Ocean Rim Association for Regional Co-operation	हिन्द महासागर तट क्षेत्रीय सहयोग सघ	हिमतक्षेस
I.T.C	Index of Trading Commondities	व्यापारिक वस्तुओ का सूचकाक	आई टी सी
L.A.F.T.A.	Latin American Free Trade Association	लैटिन अमेरिकी मुक्त व्यापार सघ	लेफ्टा
L.A.I.A.	Latin American Integrated Association	लैटिन अमेरिकी एकीकरण सघ	लैया
L.A.E.O	Latin Americı Economican Organisation	लैटिन अमेरिकी आर्थिक सघ	लियो
N.A.F.T.A	North American Free Trade Agreement	उत्तरी अमेरीकी मुक्त व्यापार समझौता	नाफ्टा
N.I.E.O	New International Economic Order	नई अतर्राष्ट्रीय आर्थिक व्यवस्था	नियो
O.E.C.D	Organisation for Eurfean Economic Co-operation and Development	यूरोपीय आर्थिक सहयोग एव विकास सगठन	ओ ई सी डी
O.P.E.C	Organisation of Petroleum Exporting Countries	पेट्रोलियम निर्यातक देशों का सघ	ओपेक
S.A.A.R.C	South Asian Association for Regional Co-operation.	दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन	सार्क (दक्षेस)
S.D.R.	Special Drawing Rights	विशेष आहरण अधिकार	एस.डी.आर
S.A.P.T.A	South Asian Preferential Trading Agreement	दक्षिण एशियाई वरियता (अधिमानी) व्यापार समझौता	साप्टा
S.A.F.T.A.	South Asian Free Trade Area.	दक्षिण एशियाई स्वतत्र व्यापार क्षेत्र	साफ्टा
S.A.C.U	South African Custom Union	दक्षिण अफ्रीकी कस्टम सघ	साकु
S.A.D.F.	South Asian Development Fund	दक्षिण एशियाई विकास कोष	एस ए डी एफ
S.F.R.P	SAARC Fund for Regional Projects	क्षेत्रीय प्रोजेक्ट के लिए सार्क कोष	एस.एफ आर पी
S.R.F.	SAARC Regional Fund	सार्क क्षेत्रीय कोष	एस आर एफ
S.A.I.C.	SAARC Agricultural Information Centre	सार्क कृषि सूचना केन्द्र	सैक
S.C.C.I.	SAARC Chamber of Commerce and Industry	सार्क वाणिज्य एव उद्योग मण्डल	एस सी सी.आई
U.N.O.	United Nations Organisation	सयुक्त राष्ट्र सगठन	यू एन ओ (सयुक्तराष्ट्र)
U.N.D.P.	United Nations Development Programme	सयुक्त राष्ट्र विकास कार्यक्रम	यू एन डी पी
U.N.C.T.A.D.	United Nations Conference on Trade and Development	सयुक्त राष्ट्र तथा विकास सम्मेलन	अकटाड
W.T.O.	World Trade Organisation.	विश्व व्यापार सगठन	डब्लू.टी.ओ

अध्याय–1

विषय–प्रवेश

भूमडलीकरण*1 के वर्तमान युग मे दक्षिण एशिया को एक प्रदेश के रूप मे देख सकते है। एशियन डेवलमेट आउटलुक–2000 के अनुसार दक्षिण एशियाई क्षेत्र के अन्तर्गत आनेवाले देशो के नाम हैं–भारत, पाकिस्तान, बॉगलादेश, श्री लका, नेपाल, भूटान एव मालद्वीप। ये देश दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन अथवा सार्क*2 के भी सदस्य देश है। इनमे जनसख्या, भू–क्षेत्रफल, सकल घरेलू उत्पाद एव राजनीति की दृष्टि से भारत का वर्चस्व है।

भारत मे 1991 से नयी आर्थिक नीति*3 लागू की गई है जिसमे वाहय उन्मुखी व्यापार एव विपणन नीतियो*4 को प्रोत्साहन मिला है। इन नीतियो पर क्षेत्रीय व्यापार सहयोग एव विपणन–व्यवस्था का स्पष्ट प्रभाव है। परिणाम स्वरूप विश्व अर्थ व्यवस्था मे अनेक क्षेत्रीय–व्यापारिक गुट*5 उभरकर सामने आये हैं। सार्क इसका ज्वलत उदाहरण है।

अन्तर्राष्ट्रीय विपणन*6 के महत्वपूर्ण पहलू विदेशी–व्यापार नीति एवं विपणन व्यवस्था*7 के विविध आयाम भारत एव सार्क के अन्य सदस्य देशो के बीच क्या रहें हैं, इन्ही का एक समीक्षात्मक अध्ययन प्रस्तुत करना इस शोध प्रबन्ध का प्रमुख उद्देश्य है। प्रस्तुत अध्याय–1 का अनुभाग–1 1 "अन्तर्राष्ट्रीय विपणन" पर प्रकाश डालता हैं जिसके अतर्गत वाणिज्य, व्यापार एव 'विपणन–व्यवस्था' के महत्वपूर्ण पहलुओ पर प्रकाश डाला गया है। अनुभाग 1.2 'क्षेत्रीय व्यापार सहयोग' पर है। जिसमे व्यापार के क्षेत्रीय सगठनो के औचित्य पर प्रकाश डाला गया है। अनुभाग 1 3 प्रस्तुत अध्ययन के उद्धेश्यों एव परिकल्पनाओ को स्पष्ट करता है। अनुभाग 1 4 इस शोध प्रबन्ध की अध्ययन–विधि पर प्रकाश डालता है। अतिम अनुभाग 1 5 मे प्रस्तुत अध्याय की योजना (रूपरेखा) को अकित किया गया है।

*1. Globlisation
*2. South Asian Association For Regional Cooperation-SAARC
*3. New Economic Policy
*4. Outward Oriented Trade And Marketing Policies
*5. Regional Trading Blocs
*6. International Marketing
*7. Foreign Trade Policy and Marketing Management

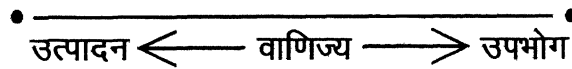
1.1 अन्तर्राष्ट्रीय विपणन

अन्तर्राष्ट्रीय विपणन*1 "वाणिज्य" एव "प्रबध" की एक आधुनिक विधा*2 है। यह व्यवसायिक सगठन की एक महत्वपूर्ण–शाखा है। इसे आधुनिक–व्यवसाय–सवृद्धि मे एक प्रमुख कारक–तत्व समझा जाता है। वर्तमान युग मे "विश्व–व्यापार के माध्यम से विश्व शाति"*3 की धारणा अन्तर्राष्ट्रीय विपणन का ज्वलत प्रमाण है।

अर्न्तराष्ट्रीय विपणन को भूमडलीकरण की आगिक संरचना*4 के रूप मे समझा जा सकता है। आज विश्व के प्राय सभी देश चाहे वे विकसित देश हो अथवा अल्पविकासित एव विकासशील देश, भूमडलीकरण*5 के रूप मे अन्तर्राष्ट्रीय विपणन–प्रक्रिया*6 से अछूते नही रह गए हैं। इस रूप मे अन्तर्राष्ट्रीय–विपणन–प्रक्रिया के बिना भूमडलीकरण अधूरा एव व्यर्थ है।

वाणिज्य

वाणिज्य का अर्थ–उत्पादक और उपभोक्ता आर्थिक क्षेत्र के दो छोर पर खडे हैं। इन दोनो के बीच आने वाली कठिनाइयो, जैसे–दूरी, जोखिम, समय, वित्त, सूचना आदि–को दूर कर वाणिज्य इन दोनो को एक–दूसरे से जोडता है। विस्तृत अर्थ मे वाणिज्य के अन्तर्गत उन समस्त क्रियाओ को सम्मिलित किया जाता है, जिनके द्वारा वस्तुओ एव सेवाओ को उपभोक्ताओ तक कम से कम परेशानी द्वारा पहुँचाया जाता है

उत्पादन ⟵ वाणिज्य ⟶ उपभोग

वाणिज्य का प्रयोजन 'निर्मित वस्तुओं को निर्माता से लेकर उपभोक्ता तक पहुँचाना है। इस प्रकार वाणिज्य का कार्य मूलतः वितरण है। वाणिज्य यह कार्य (i) व्यापार*7 तथा (ii) व्यापार में सहायक सेवाओं जैसे–परिवहन, बीमा, बैंक और साख सस्थाएँ, सन्देशवाहन के साधन, व्यापारिक अभिकर्ता, भण्डार–गृह, विज्ञापन व प्रचार आदि–की सहायता से करता है।

*1 International Marketing
*2 Modern Discipline
*3 World Peace through World Trade
*4 Organic Composition of the Globlisation
*5. Globlisation
*6 International Marketing Process
*7. Trade

वाणिज्य की परिभाषा–वाणिज्य की प्रक्रियाओ के आधार पर कुछ विद्वानो ने वाणिज्य शब्द को निम्न प्रकार परिभाषित किया है

(1) ईवलिन थामस के अनुसार–"वाणिज्यिक पेशो का सम्बन्ध वस्तुओ के क्रय एव विक्रय, वस्तुओ के विनिमय तथा निर्मित उत्पादो के वितरण से होता है।"[1]

(2) जेम्स स्टीफेन्सन के अनुसार–"वाणिज्य के अन्तर्गत वे सब क्रियाएँ आती हैं जो कि उत्पादको एव उपभोक्ताओ के बीच की दीवारो को तोडने मे सहायता देती हैं। यह सब उन प्रविधियों का कुल योग है जो कि वस्तुओ के विनिमय (बैंकिग) मे व्यक्तियो (व्यापार), स्थान (परिवहन एव बीमा) तथा समय (भण्डार गृहो) की बाधाओ को दूर करने मे सलग्न होती हैं।"[2]

उपर्युक्त परिभाषाओ से स्पष्ट है कि वाणिज्य के अन्तर्गत उत्पादन की वास्तविक प्रक्रियाओ को छोडकर शेष वे सब क्रियाएँ शामिल होती हैं जो कि वस्तुओ एव सेवाओ के उत्पादन को निर्धारित करती हैं जो कि उपभोक्ताओ तथा व्यवसायियो के बीच द्विमार्गी सचार*1 का परिणाम हैं। इस प्रकार वाणिज्य के अन्तर्गत वे सब मानवीय क्रियाएँ सम्मिलित होती हैं जो कि माल को उत्पादक से उपभोक्ता तक पहुँचाने के लिए की जाती हैं।

वाणिज्य का वर्गीकरण–वाणिज्य को मोटे रूप से दो प्रकार की क्रियाओ मे विभाजित किया जा सकता है–(I) व्यापार और (II) व्यापार की सहायक क्रियाएँ।

(I) व्यापार

व्यापार का अर्थ–व्यापार का आशय वस्तु के क्रय–विक्रय से लगाया जाता है। वस्तु का क्रय–विक्रय लाभार्जन के उद्देश्य से किया जाता हैं। दूसरे शब्दो मे, व्यापार का अर्थ क्रेता एव विक्रेता दोनों के पारस्परिक लाभ हेतु वस्तुओं एव सेवाओ के विनिमय से है। जो व्यक्ति इन क्रियाओं को करते हैं उन्हे व्यापारी*2 और उनकी क्रियाओं को व्यापार कहते हैं।

व्यापार के प्रकार–व्यापार मुख्यत दो प्रकार का होता है ·

(1) आन्तरिक या देशी व्यापार*3

(2) अन्तर्राष्ट्रीय या विदेशी व्यापार*4

*1. Two-way Communication *2 Trader
*3. Internal, or Home Trade *4 International or Foreign Trade

1. आन्तरिक या देशी व्यापार

जब वस्तुओ का क्रय एव विक्रय किसी देश की सीमाओ के अन्तर्गत होता है तो उसे देशी या आन्तरिक व्यापार कहते हैं। दूसरे शब्दो मे, इस प्रकार के व्यापार का क्षेत्र देश की आन्तरिक सीमाओ तक ही सीमित रहता है।

क्षेत्रीयता के आधार पर देशी व्यापार निम्न तीन प्रकार का हो सकता है

(i) स्थानीय व्यापार*1–यह ऐसा व्यापार है जो किसी स्थान, जैसे–ग्राम, ताल्लुका, कस्बा या जिला तक ही सीमित रहता है। इस प्रकार के व्यापार मे प्राय उत्पादक और उपभोक्ता भी स्थानीय होते हैं, और वस्तुएँ भी प्राय दैनिक उपभोग की और नाशवान प्रकृति की होती हैं, जैसे–दूध, डबलरोटी, साग–सब्जियॉं, ताजे फल व मिठाइयॉं, आदि।

(ii) राज्यीय या प्रान्तीय व्यापार*2–यह व्यापार किसी राज्य या प्रान्त की सीमाओ तक ही सीमित रहता है, जैसे–उत्तर प्रदेश प्रान्त के इलाहाबाद, कानपुर, आगरा, वाराणसी, लखनऊ, आदि जिलो के बीच होने वाला व्यापार। इस व्यापार को अन्तर–जिला व्यापार भी कहते है। वस्तुएँ प्राय अर्द्ध–स्थायी प्रकृति और सीमित मॉंग वाली होती हैं, जैसे–अनाज, बर्तन, हस्तकला की वस्तुएँ, आदि।

(iii) अन्तरराज्यीय व्यापार*3–इसका आशय देश की सीमाओ के अन्तर्गत विभिन्न राज्यो या प्रान्तो के बीच व्यापार से होता है। सौदेवाली वस्तुएँ सार्वजनिक उपयोग की होती हैं या जिनका निर्माण कुछ विशेष स्थानो पर बडे पैमानो पर किया जाता हैं ये वस्तुएँ अपेक्षाकृत मूल्यवान भी होती हैं जिससे उनके स्थानान्तरण या परिवहन की लागत उनके लेन–देन या क्रय–विक्रय मे बाधक नहीं होती है।

व्यापार की मात्रा के अनुसार देशी व्यापार थोक या फुटकर हो सकता हैं। थोक व्यापार से आशय ऐसे व्यापार से है जिसके अन्तर्गत थोक व्यापारी बडी मात्रा में निर्माताओं से या उनके अधिकृत एजेण्टों से माल खरीदकर थोडी मात्रा मे फुटकर व्यापारियो को बेचता हैं। फुटकर व्यापारी थोक व्यापारी से माल लेकर उपभोक्ताओ को थोडी–थोडी मात्रा मे बेचता हैं।

*1. Local Trade

*2. State Trade or Intra-State Trade

*3. Inter-State Trade

2. अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार

दो अथवा दो से अधिक देशो के मध्य होने वाले व्यापार को विदेशी व्यापार अथवा विदेश–व्यापार अथवा अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार कहते हैं, जैसे बागलादेश और भारत के बीच, व्यापार भारत और इगलैण्ड के बीच, व्यापार भारत और अमरीका के बीच व्यापार आदि। जब क्रेता एव विक्रेता पृथक्–पृथक् देशो मे रहते हैं तो उनके मध्य होने वाले क्रय–विक्रय को विदेशी व्यापार कहा जायेगा। विदेशी व्यापार मे एक देश की वस्तुऍ उस देश की सीमा को पार कर दूसरे देश की सीमा मे प्रवेश करती हैं।

विदेशी व्यापार के प्रकार

विदेशी व्यापार को हम तीन भागों में विभाजित कर सकते हैं

(1) आयात व्यापार–जब एक देश का क्रेता दूसरे देश के विक्रेता से माल क्रय करके अपने देश की सीमाओ मे लाता हैं तो उसे देश का आयात व्यापार*[1] कहते हैं। उदाहरण के लिए, भारत ईरान से पैट्रोलियम पदार्थ मँगाता हैं तो यह इसका आयात व्यापार कहा जायेगा।

(2) निर्यात व्यापार–जब एक देश मे बना माल विदेशो मे जाता है तो उसे निर्यात व्यापार*[2] कहते हैं। उदाहरणार्थ, भारत से चाय, जूट, सूती वस्त्र, आदि वस्तुओ का इंगलैण्ड तथा अन्य देशो को निर्यात किया जाता हैं।

(3) पुनर्निर्यात व्यापार–जब माल एक देश मे दूसरे देश से आयात, इस उद्देश्य से किया जाय कि उसे उसी अवस्था मे अथवा अधिक उपयोगी बनाकर विदेशो मे बेच दिया जायेगा, तो इस प्रकार के व्यापार को निर्यात हेतु आयात या पुनर्निर्यात व्यापार*[3] कहते हैं। इस प्रकार के व्यापार मे एक देश दो देशो के बीच मध्यस्थ का कार्य करता है। ऐसे व्यापार में माल बन्दरगाह पर उतारकर अथवा बिना उतारे ही दूसरे देशो को निर्यात कर दिया जाता

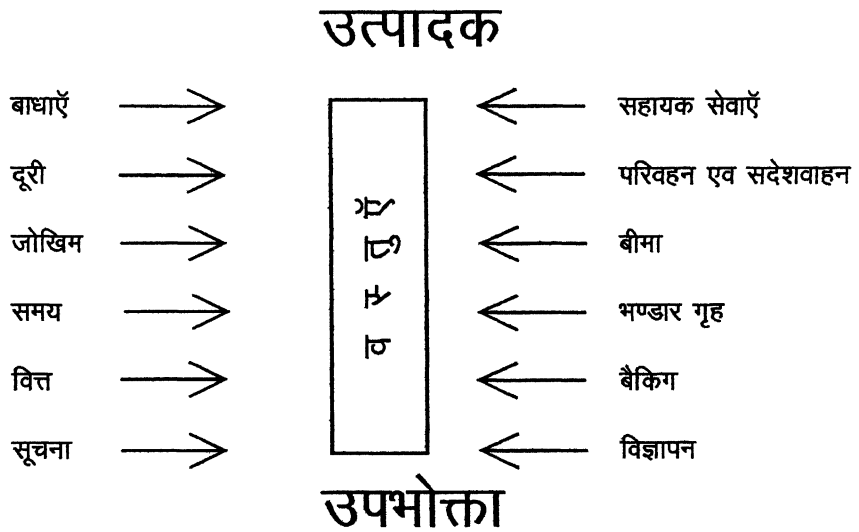
*1. Import Trade

*2. Export Trade

*3. Export for Import or Re-export Trade

हैं। इगलैण्ड बहुत–सा माल दक्षिणी अफ्रीका से अन्य यूरोपीय–देशो को निर्यात करने के लिए आयात करता हैं।

(II) व्यापार की सहायक क्रियाए*1

व्यापार के सफल सचालन और सम्वर्द्धन मे अनेक सहायक क्रियाओ अथवा सेवाओ की आवश्यकता होती हैं जोकि उन बाधाओ को दूर करने मे सहायक होती हैं जो व्यापार मे आती रहती हैं। व्यापार मे आने वाली प्रमुख बाधाओ और उनके निवारण मे सहायक सेवाओ की विवेचना नीचे की गयी है

(1) स्थान की बाधा–वस्तुओ का उत्पादन प्राय कुछ विशिष्ट स्थानो या केन्द्रो मे ही होता है, जबकि उनके उपभोक्ता अनेक स्थानो मे फैले होते हैं। दूसरे शब्दो मे, उत्पादक और उपभोक्ता भौगोलिक रूप से दूर–दूर होते हैं। इस बाधा को परिवहन*2 एव सदेशवाहन*3 द्वारा दूर किया जा सकता हैं। परिवहन, वस्तुओ को उन स्थानों से, जहॉ वे उपलब्ध हैं, उन स्थानों को, जहॉ उनकी आवश्यकता हैं, तक पहुँचाने का कार्य करता हैं। सन्देशवाहन, व्यावसायिक सौदों के तय करने एवं वस्तुओं एव सेवाओं के स्थानान्तरण में सहायता करता है। इस प्रकार 'स्थान उपयोगिता' का सृजन होता है। वस्तुत आधुनिक कुशल परिवहन एव सवादवाहन के साधनों के द्वारा ही देशी और अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार सम्भव हो पाता हैं।

*1. Aids to trade
*2. Transport
*3 Communication

(2) व्यक्तियो की बाधा—वस्तुओ के उत्पादक सीमित होते हैं किन्तु उनके उपभोक्ता असख्य होते हैं। उत्पादक प्रत्येक उपभोक्ता से प्रत्यक्ष रूप से व्यापार नहीं कर सकते हैं। उत्पादको और उपभोक्ताओ के बीच सम्पर्क स्थापित कराने मे मध्यस्थो (जो कि अपने देशो के अनुसार विभिन्न नामो से पुकारे जाते हैं, जैसे—थोक व्यापारी, फुटकर व्यापारी, दलाल, एजेण्ट, आदि) का व्यवसाय मे महत्वपूर्ण स्थान हैं।

(3) समय की बाधा—यह सर्वविदित है कि कुछ वस्तुओ का उत्पादन वर्ष के किसी एक मौसम मे ही किया जाता है, जैसे चीनी का उत्पादन नवम्बर से मार्च तक होता है। परन्तु चीनी की मॉग वर्ष पर्यन्त रहती हैं। बडे पैमाने पर उत्पादन प्राय भावी सम्भावित मॉग के अनुसार किया जाता हैं। ऐसी अवस्था मे उत्पादित माल को इनकी मॉग आने तक सभालकर रखना जरूरी होता है। इसके लिए व्यापारियो को गोदाम या भण्डारगृहो*1 की आवश्यकता होती हैं। भण्डार व गोदाम समय की बाधा को दूर करके 'समय उपयोगिता'*2 का सृजन करते हैं।

(4) वित्त की बाधा—कच्चे माल के क्रय से लेकर निर्मित माल के बेचने के समय तक व्यापारी को वित्त की आवश्यकता पडती हैं। निर्मित माल का विक्रय आशिक रूप से उधार पर भी करना पडता हैं। पर्याप्त वित्त के अभाव मे व्यापार का विस्तार सम्भव नहीं होता। व्यापारी को अपने साधनों के अतिरिक्त प्राय: अनेक बाह्य साधनो का भी सहारा लेना होता हैं। इस बाधा को दूर करने में बैंक व वित्तीय सस्थाएँ काफी सहायक होती हैं। वस्तुत आधुनिक व्यापार के विकास और विस्तार मे बैंको का अत्यन्त महत्वपूर्ण योगदान है।

(5) जोखिम की बाधा—व्यापार चाहे छोटे स्तर का हो या दीर्घ स्तर का उसमे वस्तुओं के स्थानान्तरण, संग्रहण आदि के दौरान अनेक व्यापारिक जोखिमो का सामना करना पडता हैं। माल की चोरी, माल की क्षति, आग तथा अन्य प्राकृतिक व दैविक प्रकोपो द्वारा क्षति आदि व्यापारिक जोखिमों के कुछेक उदाहरण हैं। इन बाधाओं को दूर करने तथा सम्भावित जोखिमों की क्षतिपूर्ति करने मे बीमा कम्पनियों का महत्वपूर्ण योगदान रहता है। आधुनिक समय में अनेक प्रकार की बीमा सुविधाएँ प्राप्त हैं।

*1. Ware-houses

*2. Time-utlity

विपणन–व्यवस्था'[3]

विपणन–व्यवस्था*[1] अथवा विपणन–प्रबन्ध आधुनिक वाणिज्यिक एव आर्थिक गतिविधियो का केन्द्र बिन्दु हैं। यह वाणिज्य एव व्यवसाय प्रशासन की एक महत्वपूर्ण शाखा हैं।

यहॉ 'व्यवस्था' अथवा प्रबन्ध (मैनेजमेट) से आशय ऐसे सगठन (आर्गनाइजेशन) से है जिसमे अपने उद्देश्यो की प्राप्ति के लिए लोग सम्मिलित भाव से, समन्वित एव नियोजित प्रयास करते है।

विपणन–व्यवस्था का अर्थ

विपणन–व्यवस्था अथवा विपणन–प्रबन्ध सामान्य व्यावसायिक–प्रबन्ध*[2] की वह शाखा है जिसमे विपणन क्षमताओ, साधनो, योग्यताओ तथा बाजार अवसरो के बीच फलदायक समायोजन एव सतुलन स्थापित किया जाता हैं। इसमें उपभोक्ताओं की आवश्यकता और उसकी सतुष्टि पर अधिक जोर दिया जाता है तथा उत्पादन से लेकर उपभोग तक की क्रियाओ को समन्वित किया जाता है। इस प्रकार, विपणन–प्रबन्ध अथवा विपणन–व्यवस्था विपणन–विचार का क्रियात्मक रूप है।[4]

विपणन प्रबन्ध की परिभाषा विभिन्न विद्वानो ने विभिन्न शब्दो मे दी है। कुछ प्रमुख परिभाषाएँ निम्न है–

(1) प्रो. जोन्सन के अनुसार, "विपणन प्रबन्ध व्यावसायिक क्रिया का वह क्षेत्र है जिसमे सम्पूर्ण विक्रय आन्दोलन के चरणो या कदमो से सम्बद्ध योजनाओ की स्थापना तथा क्रियान्वयन सम्मिलित होता हैं।"[5] इस परिभाषा को और अधिक–स्पष्ट करने के लिए वे कहते हैं कि "वस्तुओं, बाजारों, वितरण के तरीकों, विक्रय विभाग के सगठन की किस्म, विक्रय प्रबन्ध के कार्य, विज्ञापन आन्दोलन, विक्रय संवर्द्धन कार्य व विक्रय नियन्त्रणो की विधियों, आदि का विश्लेषण, नियोजन एव सम्पादन विपणन प्रबन्ध के क्षेत्र मे आता है।"[6]

(2) फेल्प्स एवं बेर्स्टिग के मत मे "प्रबन्धकीय दृष्टि से विपणन तक पहुचना विपणन प्रबन्ध कहलाता है।"[7] (यह परिभाषा एक दृष्टि को ध्यान मे रखकर दी गयी है और वह दृष्टि प्रबन्धन है।)

*1 Marketing Management

*2 Business-Management

(3) फिलिप कोटलर के अनुसार, "विपणन प्रबन्ध कार्यक्रमो का विश्लेषण, नियोजन, क्रियान्वयन एव नियन्त्रण है। यह कार्यक्रम इस प्रकार बनाये जाते हैं कि लक्षित श्रोतागणो मे व्यक्तिगत या पारस्परिक लाभ के उद्देश्य से इच्छित परिर्वतन लाये जा सके। यह प्रभावी उत्तर प्राप्त करने के लिए मूल्य, सवर्द्धन, स्थान, व्यवस्था एव समन्वय पर गहरा विश्वास करता हैं।"[8] (यह परिभाषा यह व्यक्त करती है कि (1) यह प्रबन्धकीय प्रक्रिया है और इसलिए इसमे विश्लेषण, नियोजन, क्रियान्वयन एव नियन्त्रण शामिल किया जाता है। (ii) इसका उद्देश्य इच्छित विनिमय लाना है। (iii) यह क्रिया पारस्परिक लाभ प्राप्त करने के लिए की जाती है। (iv) यह वस्तु[*1] मूल्य,[*2] सवर्द्धन[*3] एव स्थान[*4] के समन्वय एव सहयोग पर विशेष बल देती है।

(4) कण्डिफ एव स्टिल की राय मे, "विपणन प्रबन्ध विपणन लक्ष्यो की प्राप्ति हेतु उद्देश्यपूर्ण क्रियाओ के सचालन से सम्बन्धित है।" (इनके अनुसार विपणन प्रबन्ध मे उन क्रियाओ के सचालन के लिए कार्य किया जाता है जो लक्ष्यो की प्राप्ति के लिए की जाती हैं। ये क्रियाए पूर्ण निर्धारित उद्देश्यो को लिए हुये होती हैं। यह उद्देश्य विक्रय परिमाण, शुद्ध लाभ व विक्रय परिमाण एव लाभो मे वृद्धि लाते हैं।)

(5) प्रो. लाजो और कारॅबिन ने उपभोक्ता की विचारधारा को ध्यान मे रखते हुए विपणन प्रबन्ध की परिभाषा इस प्रकार की है–उनकी दृष्टि मे "सभी विपणन कार्यो को क्रेता की ओर दिशा देना और फिर सभी प्रबन्धकीय निर्णय ग्राहको की आवश्यकताओ को ध्यान मे रखते हुए करना और उन आवश्यकताओ की सन्तुष्टि के उद्देश्य से न्यूनतम व्यय पर अधिकतम बिक्री करना और लाभ प्राप्त करना विपणन प्रबन्ध कहलाता है।" (इसमे इस बात पर बल दिया गया है कि सभी प्रबन्धकीय निर्णयों का आधार ग्राहक होता है। उसकी आवश्यकताओ का पूरा–पूरा ध्यान रखा जाता है तथा उन आवश्यकताओ को सन्तुष्ट कर न्यूनतम व्यय पर अधिकतम बिक्री कर लाभ कमाया जाता है।)

(6) डॉ. डावर के अनुसार,"विपणन प्रबन्ध उपभोक्ता आवश्यकताओ को मालूम करने, उनको वस्तुओं व सेवाओ मे बदलने और उसके उपरान्त वस्तु या सेवा को अन्तिम उपभोक्ता अथवा प्रयोगकर्ता तक पहुचाने की प्रक्रिया है जो विशिष्ट ग्राहक वर्ग या वर्गो की आवश्यकताओ एव

*1. Product   *2. Price   *3 Promotion   *4. Place

इच्छाओ की सन्तुष्टि, सगठन के पास उपलब्ध साधनो के सर्वोत्तम प्रयोग एव सगठन को लाभार्जन योग्यता पर बल देती हैं।"[11] [इस परिभाषा मे उपभोक्ता की आवश्यकताओ के पता लगाने व इसके अनुरूप वस्तु या सेवा देने की बात कही गयी है जिससे कि उपभोक्ताओ को सन्तुष्टि मिल सके तथा सगठन अपने साधनो का सर्वोत्तम उपयोग करते हुए लाभ कमा सके।]

इन सभी परिभाषाओ के अध्ययन के बाद हम इस निष्कर्ष पर आते हैं कि वर्तमान युग मे विपणन प्रबन्ध के अन्तर्गत ग्राहको की आवश्यकता का पता लगाया जाता है और फिर उत्पादन सम्बन्धी क्रियाए भी उन्हीं आवश्यकताओ के अनुरूप समायोजित की जाती है। इसके बाद विपणन का कार्य किया जाता हैं। इसके लिए विपणन कार्यक्रम बनाये जाते हैं जिनमे वस्तु, मूल्य, विज्ञापन, विक्रय सवर्द्धन,*1 वितरण,*2 आदि के सम्बन्ध मे निर्णय लिये जाते हैं। इन निर्णयो का लेना व उनके अनुरूप कार्य करना विपणन प्रबन्ध कहलाता हैं।

विपणन प्रबन्ध विचारधारा का जन्म[12]

'विपणन प्रबन्ध' विचारधारा का जन्म अमरीका मे हुआ है। 19वीं शताब्दी के अन्त तक अमरीका मे उत्पादक बाजार था। निर्माता का काम वस्तुओ का निर्माण करना और थोक व फुटकर व्यापारियो का काम उनको बेचना था। लेकिन 1910 के बाद उत्पादन वृहत् मात्रा मे होने लगा और इस बात की आवश्यकता प्रतीत होने लगी कि उपभोक्ताओ मे माग उत्पन्न की जाय और इस प्रकार विपणन की विचारधारा में परिवर्तन आने लगा और निर्माता के द्वारा वस्तु–परिचय की ओर ध्यान दिया जाने लगा। वे विज्ञापन व विक्रय संवर्द्धन की सहायता से उपभोक्ताओं को क्रय करने के लिए राजी करने लगे जिससे कि वे परिचय प्राप्त वस्तु के लिए अधिक मूल्य देने को तैयार हो जाये। इसके लिए ब्राण्ड व पैकेजिंग का प्रयोग होने लगा जिससे कि बाजार को अपने नियन्त्रण मे किया जा सके। इस युग मे विज्ञापन एवं विक्रय को जोड दिया गया जबकि इसके पूर्व विज्ञापन को विक्रय से अलग माना जाता था। इस युग से यह भी माना जाने लगा कि विज्ञापन विक्रय को आसान बना देता हैं।

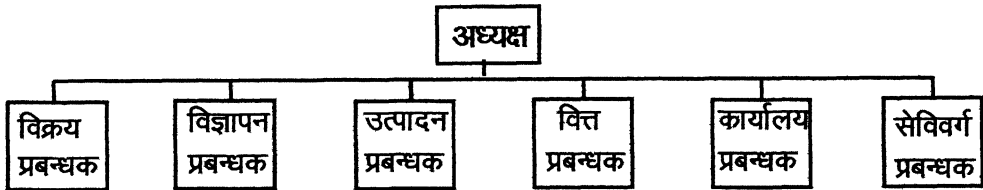
धीरे–धीरे 20वीं शताब्दी के मध्य तक उत्पादक बाजार उपभोक्ता बाजार मे परिणित हो गये और अब निर्माताओं के समक्ष यह समस्या उत्पन्न हो गयी कि वृहत् उत्पादन के लिए

*1 Sale-Promotion   *2. Distri bution

नये–नये बाजारो की तलाश के स्थान पर ऐसी वस्तुओ का निर्माण किया जाय जिसे उपभोक्ता स्वय ही चाहता हो। इसके लिए यह भी आवश्यक होने लगा कि निर्माण, विक्रय, विज्ञापन, वितरण, विक्रय सवर्द्धन, आदि कार्यो मे समन्वय किया जाना चाहिए। अत धीरे–धीरे परीक्षण एव गलती प्रयोग*1 से विपणन प्रबन्ध सामने आ गया।

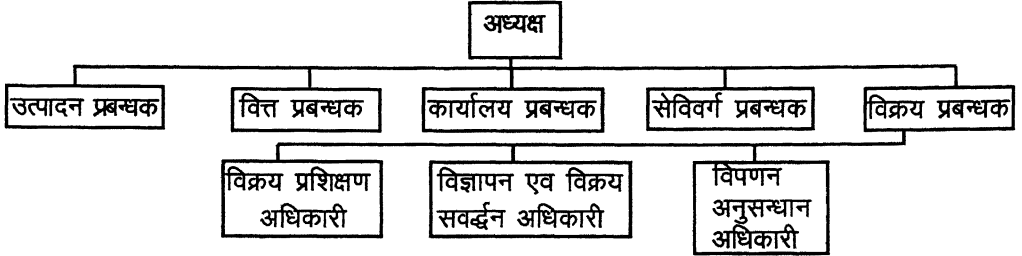
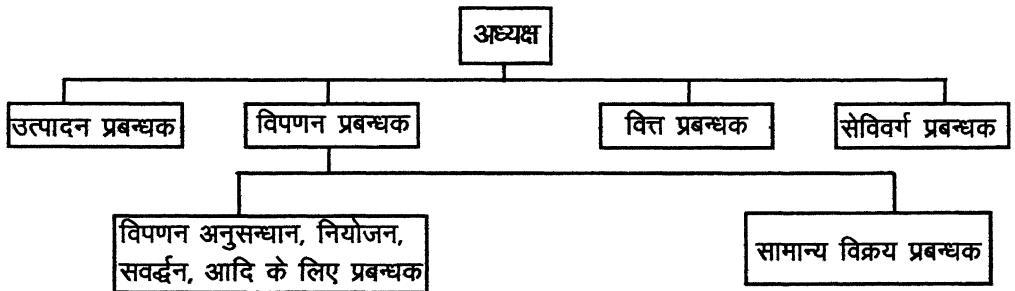
विपणन प्रबन्ध संगठन का विकास

विपणन प्रबन्ध का विकास अमरीकी औद्योगिक क्रान्ति से प्रारम्भ हुआ है। इसके विकास की निम्न चार अवस्थाए हैं

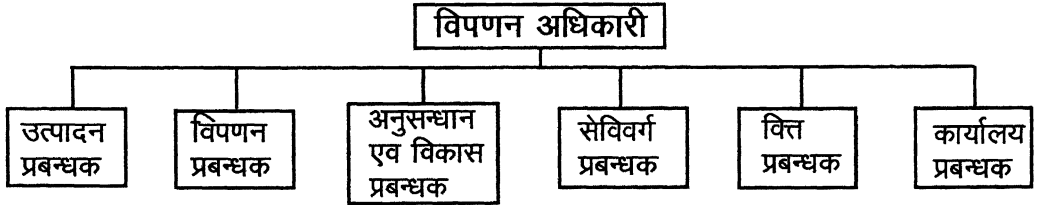
(1) प्रथम अवस्था–पहली अवस्था मे उत्पादित वस्तुओ की बिक्री का कार्य एक विक्रय प्रबन्धक के पास होता था। इसका मुख्य कार्य बिक्री करने वाले कर्मचारियो पर नियन्त्रण करना था। विपणन की अन्य क्रियाए जैसे, विज्ञापन, विक्रय सवर्द्धन, विपणन नियोजन व विपणन अनुसन्धान, आदि उपेक्षित थे तथा वस्तु नियोजन व बजट बनाने का कार्य अन्य विभागो का था। इसमे मध्यस्थों की सहायता से वस्तु की बिक्री की जाती थी। इस अवस्था मे सस्था का सगठन अग्र प्रकार का होता था

इस अवस्था मे बाजारू परिस्थितिया बदलने लगीं और यह प्रतीत होने लगा कि अनुसन्धान, विज्ञापन व निर्यात जैसी आवश्यकताए भी पूरी होनी चाहिए। अत- ये सभी कार्य विक्रय विभाग को दिये जाने लगे। यह अवस्था द्वितीय महायुद्ध के प्रारम्भ तक बनी रही। इस अवस्था में विपणन क्रियाए बिखरी हुई थीं।

(2) द्वितीय अवस्था–इस अवस्था मे विक्रय प्रबन्ध की उपयोगिता समझी जाने लगी जिससे संस्थाओ के संगठन मे परिवर्तन होने लगा। इसके अनुसार सभी विपणन क्रियाए एक विभाग के अन्तर्गत कर दी गयीं लेकिन उस विभाग का नाम अभी विक्रय विभाग बना रहा। साथ ही विक्रय, प्रशिक्षण व वस्तु सेवा, आदि की भी आवश्यकता प्रतीत होने के कारण इन

*1. Application of Trial and Error (Method)

क्रियाओ को भी विक्रय विभाग के अन्तर्गत रखा गया। अमरीका मे यह अवस्था 1950 के लगभग तक चलती रही। इस अवस्था मे सस्थाओ का सगठन निम्न प्रकार कर रहा है

(3) तृतीय अवस्था—विपणन प्रबन्ध के विकास मे तृतीय अवस्था 1950 से 1960 तक मानी जाती है। इस अवस्था मे विपणन प्रबन्ध के महत्व को समझा जाने लगा और सभी बडी व मध्यम आकार की सस्थाओ मे एक अधिकारी विपणन प्रबन्धक के नाम से बनाया जाने लगा। कुछ सस्थाओ मे इस पद का नाम विपणन उपाध्यक्ष रखा गया। यह अधिकारी सीधे प्रबन्ध के अन्तर्गत कार्य करते थे और उनको सभी विभागो मे जाने व उनसे सहायता लेने का अधिकार था। इस प्रकार के विपणन सगठन का रूप निम्न प्रकार का हो गया

वे कार्य जो अब तक उत्पादक, प्रबन्धक, वित्त प्रबन्धक या अन्य अधिकारी करते थे वे सब अब विपणन प्रबन्धक के अन्तर्गत आ गये। इस विपणन प्रबन्धक के कार्यो मे अब वस्तु नियोजन, विक्रय पूर्वानुमान, स्टॉक नियन्त्रण, उत्पादन अनुसूचन, वितरण, विज्ञापन, विक्रय सवर्द्धन, विपणन अनुसन्धान, विक्रय व विक्रय सगठन, आदि आ गये। कुछ विद्वानो का मत हैं कि अमरीका की अधिकाश संस्थाए इसी अवस्था मे चल रही हैं और कुछ सस्थाएँ चतुर्थ अवस्था मे पहुच चुकी हैं।

(4) चतुर्थ अवस्था—यह वह वर्तमान अवस्था है जो अमरीका में 1960 के बाद प्रारम्भ हुई हैं। इसमे संस्था के सभी विभाग विपणन की दृष्टि से कार्य करते हैं और उत्पादन एव विक्रय, आदि का विकास साम्मूहिक रूप से होता हैं, विपणन सस्था के लिए कार्य करने का ढग

बन गया है। सस्था के सभी दीर्घकालीन व अल्पकालीन नियोजन विपणन पर आधारित होते हैं। इनमे नीति निर्धारण तो सस्था का मालिक या कम्पनियो मे सचालक मण्डल करता हैं लेकिन उसको कार्य रूप मे परिणित करने का कार्य सस्था के अध्यक्ष का होता है और अध्यक्ष स्वय एक विपणन प्रबन्धक की तरह कार्य करता है। इसका सगठन निम्न प्रकार का होता है

उपर्युक्त चित्रो से यह अर्थ निकलता है कि प्रथम व द्वितीय अवस्था मे सस्था का कार्य वस्तु के निर्माण तथा उसका विक्रय करना हैं लेकिन तीसरी अवस्था इससे भिन्न है। इसमे प्रबन्ध को बाजार के अनुरूप कार्य करने की बात कही गयी हैं। चौथी अवस्था तो इनमे सबसे आगे हैं जिसमे उपभोक्ताओ की आकाक्षाओं (अनुसन्धान, आदि से) का पता लगाकर वस्तु का निर्माण एवं विक्रय किया जाता हैं।

भारत का अनुभव

भारत के अधिकाश प्रतिष्ठान प्रथम अवस्था मे ही कार्य कर रहे हैं क्योकि यहां पर अभी विपणन प्रबन्ध विचारधारा को उतना महत्व नहीं दिया जा रहा है जितना दिया जाना चाहिए, लेकिन फिर भी कुछ प्रगतिशील प्रतिष्ठान अन्य अवस्थाओ की ओर बढ रहे हैं। औद्योगिक उन्नति, प्रति व्यक्ति आय में वृद्धि, शिक्षा प्रसार, नगरीकरण तथा रहन–सहन का उठता हुआ स्तर इस बात के प्रमाण हैं कि भारत में भी कुछ दशकों मे विपणन के क्षेत्र में अभूतपूर्व उन्नति होगी जिसके परिणामस्वरूप अधिकाश प्रतिष्ठान तीसरी व चौथी अवस्था में पहुच जायेगे।

विपणन प्रबन्ध के उद्देश्य एवं सिद्धान्त

विपणन की नवीन विचारधारा की व्याख्या "प्रबन्ध के दर्शन के रूप" में की जाती हैं। कुछ विद्वान इसी को "विपणन प्रबन्ध विचारधारा" भी कहते हैं। इस विचारधारा के चार स्तम्भ माने जाते हैं

उपभोक्ता–अभिमुखी, विपणन समन्वय, उपभोक्ता सन्तुष्टि, एव उपभोक्ता कल्याण।

(1) उपभोक्ता–अभिमुखी–नवीन या आधुनिक विपणन प्रबन्ध विचारधारा का मुख्य आधार उपभोक्ता हैं जिसके चारों ओर समस्त व्यावसायिक क्रियाए चक्कर काटती हैं। इसमे उपभोक्ता को

'बॉस' माना जाता है,। निर्माता की भूमिका गौंण होती है। इसलिए व्यवसाय के सगठन मे उपभोक्ता सबसे ऊपर होता है जिसके परिणामस्वरूप उपभोक्ताओ की आवश्यकताओ पर बहुत अधिक ध्यान रखा जाता है और उपभोक्ता की दृष्टि से निर्माता की ओर देखा जाता है। इसका स्पष्ट अर्थ यह है कि उपभोक्ता जिन वस्तुओ और जिस आकार–प्रकार, रग, डिजाइन, आदि की वस्तुए चाहता है उसी का निर्माण निर्माता द्वारा किया जाता है और यदि उपभोक्ता की इच्छा, स्वभाव, आयु, आदि बदल जाती है तो उत्पादन–क्रम को भी उसी अनुसार बदल दिया जाता हैं जिससे कि वह उपभोक्ता की आवश्यकताओ की पूर्ति कर सके।

इस कार्य के लिए निर्माता को उपभोक्ता की उन आवश्यकताओ की परिभाषा निश्चित करनी पडती है जिनकी वह पूर्ति करना चाहता है। यह आवश्यक नही है कि इस कार्य के लिए उपभोक्ता की एक ही आवश्यकता को लिया जाय। उपभोक्ता की कई आवश्यकताए भी निर्माता के द्वारा ली जा सकती हैं। इन आवश्यकताओ का पता लगाने के लिए एक निर्माता द्वारा उपभोक्ता अनुसन्धान*1 पर भारी व्यय किया जाता हैं। यह उपभोक्ता अनुसन्धान बराबर चलाये रखना पडता है जिससे कि उपभोक्ता की बदलती हुई आवश्यकताओ के अनुरूप उत्पादन को समायोजित किया जा सके।

एक साथ सभी बाजारों में पहुचना और लगातार सेवा करते रहना किसी भी निर्माता के बस में नहीं है। अत कुछ बाजारों को चुनकर ही उनमें अपनी क्रियाओं का विस्तार किया जाता है।

उपभोक्ता कई प्रकार के होते हैं इसलिए नवीन विपणन विचारधारा मे विभेदात्मक वस्तुओं के सिद्धान्त*2 पर चला जाता हैं। इसका अर्थ यह है कि विभिन्न उपभोक्ताओं की दृष्टि से एक ही प्रकार की वस्तुओं मे कुछ परिवर्तन कर दिये जाते हैं जो उनके आकार, रंग, डिजाइन, आदि से सम्बन्धित होते हैं जिससे कि उनकी आवश्यकताओ की पूर्ति हो सके। भारत में हिन्दुस्तान लीवर लिमिटेड नामक संस्था साबुन व अपने अन्य उत्पादनो के सम्बन्ध में यही नीति अपनाती है। इस कम्पनी के नहाने के साबुन कई नामों से बेचे जाते हैं, जैसे, लाइफबॉय, रेक्सोना, लिरिल, पीयर्स, लक्स, आदि।

*1. Consumer-Research

*2. Theory of Product-differentiation

उपभोक्ता–अभिमुखी विचारधारा के क्रियान्वयन के सम्बन्ध मे प्रो. फिलिप कोटलर के अनुसार एक निर्माता को निम्न चार कदम उठाने चाहिए

(i) आवश्यक की परिभाषा–सबसे पहले निर्माता को यह परिभाषित करना होगा कि वह किन आधारभूत आवश्यकताओ की पूर्ति करना चाहता है, जैसे, साबुन निर्माता सफाई की आवश्यकताओ की पूर्ति करते हैं, गैस निर्माता शक्ति की आवश्यकता की पूर्ति करते हैं, कपडे के निर्माता मानव के अगो के ढकने की आवश्यकता की पूर्ति करते हैं, आदि।

(ii) लक्ष्य–समूहो की परिभाषा–कोई भी निर्माता एक साथ सभी प्रकार की आवश्यकताओ की पूर्ति नहींकर सकता है और न सभी स्थानो पर एक साथ सेवा की जा सकती है। अत एक निर्माता को अपने लक्ष्य–समूहो को परिभाषित करना होगा जिन पर वह पहुचना चाहता हैं। इसके लिए बाजार को खण्डो मे विभाजित करना होगा। उदाहरण के लिए, कागज निर्माता को यह तय करना होगा कि वह अखबारो की आवश्यकता को पूरा करेगा या विद्यार्थियो की आवश्यकता को।

(iii) विभेदात्मक वस्तुए–वस्तुओ के ग्राहक एक से नहीं होते हैं अत एक निर्माता को विभिन्न समूहो पर पहुंचने के लिए विभेदात्मक वस्तु नीति को अपनाना पडता है जिसके अनुसार यद्यपि वस्तु एक ही होती है लेकिन उसमें रग, रूप, डिजाइन, मूल्य, आदि के आधार पर भिन्नता उत्पन्न कर दी जाती हैं जिससे कि विभिन्न प्रकार के ग्राहको की आवश्यकताओ की पूर्ति की जा सके।

(iv) उपभोक्ता अनुसन्धान–इस विचारधारा मे उपभोक्ता अनुसन्धान पर भारी व्यय किया जाता है जिससे कि उपभोक्ता की आवश्यकता का पता लगया जा सके। वास्तव में, यह अनुसन्धान बराबर चलता रहा है। इसका मुख्य कारण यह है कि उपभोक्ता की बदलती हुई आवश्यकताओं एवं रूचियो का पता एक निर्माता को अवश्य ही रहना चाहिए जिससे कि उत्पादन को उसी प्रकार परिवर्तित किया जा सकें।

(2) विपणन समन्वय–आधुनिक विचारधारा का यह दूसरा स्तम्भ है। पुरानी विचारधारा में एक निर्माता के विभिन्न विभागों जैसे, उत्पादन, वित्त, कर्मचारी, वस्तु नियोजन व विक्रय, आदि अलग–अलग समझे जाते थे और उनके अलग–अलग प्रबन्धक होते थे जो अपने–अपने क्षेत्र

मे कार्य करने को स्वतन्त्र थे। विक्रय प्रबन्धक का कार्य वस्तुओ का विक्रय करना था। लेकिन आधुनिक विचारधारा मे इन सभी विभागो मे समन्वय ही नहीं होना चाहिए बल्कि यह सब एक कुशल अधिकारी के अन्तर्गत कार्यरत होने चाहिए। इस अधिकारी को विपणन प्रबन्धक*1 या विपणन सचालन या अन्य इसी प्रकार के नाम से पुकार सकते हैं। विपणन के एकीकरण मे एक दूसरी बात और आती है कि वस्तु, भौतिक वितरण, मूल्य व सवर्द्धन मे भी समन्वय होना चाहिए। इसलिए कुछ सस्थाए अपने यहा वस्तु प्रबन्धक के नये पदो का सृजन करती हैं जिनका कार्य वस्तु से सम्बन्धित सभी कार्यो का नियोजन एव एकीकरण करना होता हैं।

(3) उपभोक्ता सन्तुष्टि– आधुनिक विचारधारा का तीसरा स्तम्भ उपभोक्ता सन्तुष्टि*2 है। उपभोक्ता व्यावसायिक क्रियाओ मे सबसे ऊपर रहता हैं और उनकी सन्तुष्ट बनाये रखने से व्यवसाय की दीर्घकालीन ख्याति बनती है जो उपभोक्ता को पुन क्रय करने के लिए विवश करती है। इसके लिए व्यवसायी को कुछ सिद्धान्तो को मानना पडता है, जैसे, "उपभोक्ता सदा ही सही है।" आजकल के प्रतियोगी उपभोक्ता बाजार मे जब तक उपभोक्ता की सन्तुष्टि नहीं होगी तब तक उचित लाभ कमाना कठिन होगा। इसका कारण यह है कि उपभोक्ता को सार्वभौम माना जाता है। अत. विपणन की आधुनिक विचारधारा मे उपभोक्ताओ को सन्तुष्टि करके ही लाभ कमाया जाना चाहिए।

अमरीका की मार्शल फील्ड एण्ड कम्पनी नामक सस्था (जो कि अमरीका मे विभागीय भण्डार के लिए प्रसिद्ध है) ने अपने कर्मचारियों की नियम–पुस्तिका मे निम्नलिखित बातो का उल्लेख किया हैं जो उपभोक्ता सन्तुष्टि की ओर ध्यान दिलाती हैं

(i) "हम विक्रय करने की अपेक्षा ग्राहक को खुश रखने मे अधिक रूचि रखते हैं।"[14]

(ii) "प्रत्येक व्यापारिक वस्तु या सेवा को ग्राहकों को सन्तुष्ट करने के लिए विनम्रता के साथ वापस ले लिया जायेगा, उसको बदल दिया जायेगा तथा उसका समायोजन कर दिया जायेगा।"

(iii) "हम प्रत्येक ग्राहक को पूर्ण सन्तोषप्रद सेवा देने के लिए सचेष्ट हैं।"

*1 Marketing Manager
*2. Consumer Satisfaction

(4) **उपभोक्ता कल्याण**–आधुनिक विचारधारा का यह सबसे नवीनतम् स्तम्भ है। इसके अनुसार उपभोक्ता की सन्तुष्टि और कम्पनी के विपणन कार्यो मे समन्वय ही आवश्यक नही है बल्कि यह भी आवश्यक है कि दीर्घकाल मे उपभोक्ता के कल्याण*1 का भी ध्यान रखा जाय जिससे कि सामाजिक कल्याण हो सके। आज के युग मे विपणन को समाज कल्याण से अलग नही किया जा सकता है। प्रत्येक निर्माता का यह कर्तव्य हैं कि समाज कल्याण को ध्यान मे रखे। यदि ऐसा नही किया गया तो सरकारी हस्तक्षेप अवश्यम्भावी हो जायेगा। जिसका उस पर बुरा प्रभाव पडेगा। अत सामाजिक दृष्टिकोण को ध्यान मे रखकर ही विपणन क्रियाए की जानी चाहिए।

विक्रय प्रबन्ध एवं विपणन प्रबन्ध में अन्तर

(1) विपणन प्रबन्ध से अर्थ ग्राहको की आवश्यकताओ का पता लगाने और फिर उन आवश्कताओ के अनुरूप उत्पादन करने तथा उस उत्पादन को बेचने हेतु विपणन कार्यक्रम बनाने व निर्णय लेने से हैं जबकि विक्रय प्रबन्ध से अर्थ एक इकाई के वैयक्तिक विक्रय, क्रियाओ के नियोजन, एव नियन्त्रण से हैं जिसमे विक्रयकर्ता भर्ती, चुनाव, प्रशिक्षण, समानुदेशन, परितोषण निर्धारण, पर्यवेक्षण, परितोषण एव अभिप्रेरणा सम्मिलित हैं।

(2) अमरीका मे दो प्रकार की विचारधाराए पायी जाती हैं। एक तो वह जो इन दोनो शब्दो को एक–दूसरे का पर्यायवाची मानती है, दूसरी वह जो इनको पर्यायवाची नहीं मानती। इस सदर्भ में निम्न तर्क प्रस्तुत किये जाते हैं

विक्रय प्रबन्ध पुराना शब्द हैं जबकि विपणन प्रबन्ध नया शब्द हैं। विक्रय प्रबन्ध का क्षेत्र संकुचित है। इसमे वस्तुओ का विक्रय ही आता हैं। साथ ही इसमे विक्रयकर्ताओ की नियुक्ति, उनका प्रशिक्षण एव उनका पारिश्रमिक, आदि का भी अध्ययन किया जाता हैं। लेकिन विपणन प्रबन्ध का क्षेत्र व्यापक हैं। इसमे वस्तु की उत्पत्ति से पूर्व उपभोक्ता की माग (आवश्यकताओं) का अध्ययन करने से लेकर वस्तु के विक्रय के बाद की भी क्रियाए आती हैं जिनमें वस्तु का उत्पादन, उसका वितरण (विक्रय प्रबन्ध व विक्रय), विज्ञापन एवं विक्रय सवर्द्धन, विक्रय के बाद सेवा या गारण्टी भी शामिल हैं।

*1 Consumer Welfare

(3) विक्रय प्रबन्ध स्वतन्त्र नहीं है। यह विपणन प्रबन्ध के अन्तर्गत कार्य करता है और उसके द्वारा निर्धारित नीतियो का पालन करता हैं। विपणन प्रबन्ध व्यवसाय के मालिको के अन्तर्गत कार्य करता है और व्यवसाय की नीतियो व लक्ष्यो को कार्यरूप मे परिणित करता है।

(4) विक्रय प्रबन्ध का लक्ष्य विक्रय करना है। लेकिन विपणन प्रबन्ध का लक्ष्य व्यवसाय की ख्याति मे वृद्धि करना है जिससे कि सम्पूर्ण व्यवसाय कार्यरत बना रहे और लाभ भी प्राप्त कर सके। इसके लिए विपणन प्रबन्ध मे विपणन नीतियो, कार्यक्रमो, योजनाओ एव प्रमापो को निश्चित किया जाता हैं। विपणन साधनो का वितरण किया जाता है और विपणन क्रियाओं की प्रभावशीलता का मूल्याकन किया जाता है।

(5) विक्रय प्रबन्ध, विपणन प्रबन्ध द्वारा निश्चित विपणन कार्यक्रम का एक भाग है।

(6) विक्रय प्रबन्ध का उद्देश्य विक्रय वृद्धि करना है जबकि विपणन प्रबन्ध का उद्देश्य है ग्राहक—सन्तुष्टि।

सक्षेप मे यह कहा जा सकता है कि विकसित राष्ट्रो की विपणन व्यवस्थाओ के सन्दर्भ मे विपणन प्रबन्ध व विक्रय प्रबन्ध मे अन्तर है लेकिन अविकसित राष्ट्रो के लिए इन दोनो शब्दो में कोई अन्तर नहीं है। भारत मे अभी इन शब्दो को एक ही शब्द के रूप मे प्रयोग किया जा रहा है। लेकिन वे दिन दूर नहीं हैं जबकि इन दोनो को अलग—अलग अर्थो में प्रयोग न किया जा सके।

विपणन में प्रबन्धकीय कार्य—

विपणन प्रबन्ध का कार्य उन क्रियाओ का निर्देशन करना है जिनसे विपणन लक्ष्यो को प्राप्त किया जा सकता है। प्रो कण्डिफ एव स्टिल के अनुसार इन लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए नियोजन, संगठन, समन्वय व नियन्त्रण आवश्यक है।[15] एक निर्माणी संस्था मे विपणन प्रबन्धक का कार्य वस्तु, ब्राण्ड, पैकेजिंग, विपणन—माध्यम, मूल्य विज्ञापन, विक्रय सवर्द्धन, व्यक्तिगत विक्रय, आदि के सम्बन्ध हैं। निर्णय—निर्धारण का कार्य करना है। इसी प्रकार एक फुटकर विक्रेता के यहां विपणन प्रबन्ध का कार्य अपने संगठन के सम्बन्ध मे वस्तुओ, ब्राण्ड, मूल्य, विज्ञापन, विक्रय संवर्द्धन, आदि का निर्णय—निर्धारण करना है। कहने का अर्थ है यह कि प्रत्येक विपणन प्रबन्धक को (चाहे वह किसी भी क्षेत्र में क्यो न हो) अपने विपणन लक्ष्यों

को प्राप्त करने के लिए कार्यो का निर्देशन, समन्वय, सगठन व नियन्त्रण करना पडता है। इन्हीं कार्यो को विपणन के प्रबन्धकीय कार्य या विपणन प्रबन्ध के कार्य कहते हैं जिनका विस्तृत विवरण निम्न प्रकार है

प्रो स्टाण्टन ने विपणन के प्रबन्धकीय कार्यो को विपणन मे प्रबन्धकीय प्रक्रिया का नाम दिया है और उनकी दृष्टि मे इस प्रक्रिया मे निम्न छ बाते आती है

(1) विपणन उद्देश्यों को निर्धारित करना–विपणन के प्रबन्धकीय कार्यो मे पहला एव आधारभूत कार्य विपणन उद्देश्यो को निर्धारित करना है। यह विपणन के सभी कार्यो की आधारशिला है। यह उद्देश्य निर्धारित करते हैं कि एक सस्था की भावी उन्नति किस स्तर तक हो सकती है। विपणन उद्देश्य दीर्घकालीन एव अल्पकालीन दोनो ही हो सकते हैं। सामान्यतया पहले अल्पकालीन उद्देश्यों तक पहुचा जाता है फिर दीर्घकालीन उद्देश्यो तक। उद्देश्य स्पष्ट एव विशिष्ट होने चाहिए और ऐसे नहीं होने चाहिए कि इनका अर्थ सस्था के विभिन्न वर्ग के प्रबन्धको द्वारा विभिन्न रूप में लगाया जा सके। उदाहरण के लिए, यदि सस्था यह निश्चित करे कि उसका उद्देश्य "अधिकतम लाभ कमाना है" तो यह उचित नहीं है। अधिकतम को भी परिभाषित किया जाना चाहिए क्योकि किसी की दृष्टि मे 20 प्रतिशत लाभ अधिकतम है तो किसी की दृष्टि में 30 प्रतिशत। यदि हम यह निश्चित करे कि लाभ 25 प्रतिशत होना चाहिए तो यह स्पष्ट एवं स्थिर है। इसके दो अर्थ नहीं निकाले जा सकते हैं। किसी संस्था के विपणन उद्देश्य उस सस्था के सभी कार्यो के लिए मार्ग–दर्शन का कार्य करते हैं। उदाहरण के लिए, यदि सस्था का उद्देश्य वस्तु को घर–घर पहुचाना है तो इसके लिए प्रत्येक शहर व गांव मे स्थान–स्थान पर फुटकर विक्रेता नियुक्त करने होगे।

(2) नियोजन करना–विपणन के प्रबन्धकीय कार्यो मे दूसरा कार्य नियोजन करना है। यहॉ नियोजन से अर्थ उन तरीको से है जिनके माध्यम से विपणन उद्देश्यो को प्राप्त किया जाता है। वास्तव में नियोजन समस्या–समाधान एवं निर्णय–निर्धारण की प्रक्रिया के आधार पर किया जाता है। इसका अर्थ यह है कि किसी समस्या के समाधान के कई तरीके होते हैं। हमको उन तरीकों में से किसी सर्वोत्तम तरीके के सम्बन्ध में निर्णय लेकर आगे बढना होता है।

यह नियोजन भी वस्तु, बाजार, वितरण एव सवर्द्धन के सम्बन्ध मे अल्पकालिक एव दीर्घकालिक दोनो ही हो सकता है। इस नियोजन मे रीति–नीति*1 एव चालो*2 का भी निर्धारण किया जाता है जिनके माध्यम से विपणन उद्देश्य प्राप्त किये जाते हैं। रीति–नीति से अर्थ उस योजना से है जिसके माध्यम से लक्ष्य प्राप्त किये जाते हैं जबकि चाले वे विस्तृत साधन हैं जिनके माध्यम से रण–नीति को कार्य रूप मे परिणित किया जाता हैं। उदाहरण के लिए, एक साडी निर्माता का लक्ष्य उच्च क्वालिटी की साडियो का निर्माण करना है लेकिन उनके वितरण के लिए, उच्च श्रेणी के विक्रेता के माध्यम से उन्हे बेचना उसकी रीति–नीति है। जब वह ऐसे विक्रेता को चुनता है जहा इस प्रकार के ग्राहक बहुत आते हैं तो यह उसकी चाल है।

(3) संगठन एव समन्वय करना–यहा सगठन से अर्थ उस प्रक्रिया से है जिसमे विभिन्न कार्यो एव इन कार्यो मे सलग्न व्यक्तियो की क्रियाओ को इस प्रकार गठित करना है कि वे सर्वोत्तम कार्यकुशलता एव सहयोग के साथ कार्य कर अधिकतम उत्पादन कर सके। नियोजन के साथ सगठन भी आवश्यक है। सगठन का कार्य प्रबन्ध द्वारा निर्धारित नीतियो का पालन करते हुए प्रबन्धकीय लक्ष्यो को प्राप्त करना है। बिना अच्छे एव सगठन के न तो नीतियों का ही पालन किया जा सकता है और न ही लक्ष्यों की प्राप्ति हो सकती है। विपणन प्रबन्ध के संगठन के अन्तर्गत कार्य की जानकारी, कार्य–वितरण, अधिकार एव दायित्वो का सौंपना एव इन सब मे समन्वय स्थापित करना भी शामिल है।

विपणन के प्रबन्धकीय कार्यों में समन्वय का कार्य बहुत ही महत्वपूर्ण है। बिना समन्वय के नियोजन व संगठन के कार्य व्यर्थ है। इनमे सभी विभागो मे, जो विक्रय का कार्य करते हैं, समन्वय अनिवार्य ही नहीं है (जैसे, व्यक्तिगत विक्रय, विज्ञापन, विक्रय सवर्द्धन, आदि में), बल्कि निर्माण व वितरण मे भी समन्वय होना चाहिए। यही नहीं, निर्माण, वित्त, कर्मचारी, आदि विभागों में भी समन्वय होना चाहिए। इस प्रकार एक विपणन प्रबन्ध के अन्तंगत कार्य कर रहे सभी विभागों में समन्वय होना चाहिए।

*1. Methodology
*2. Strategy

(4) कर्मचारियो एव अन्य साधनो को एकत्रित करना—विपणन की प्रबन्धकीय प्रक्रिया के अन्तर्गत कर्मचारियो एव अन्य मानवीय साधनो को एकत्रित करना भी एक महत्वपूर्ण कार्य हैं। यदि कर्मचारियो व प्रबन्धको की नियुक्ति सावधानीपूर्वक की जाती है तो बहुत–सी समस्याए उत्पन्न नही हो पाती है और यदि वे किसी उत्पन्न भी हो जाती हैं तो कुशल प्रबन्ध एव कर्मचारी उनका समाधान स्वत ही कर लेते है। एक विपणन प्रबन्धक का कार्य और भी आसान हो जाता है यदि वह कुशल विपणन प्रबन्धक, अनुसन्धान प्रबन्धक, सेविवर्ग प्रबन्धक, आदि को नियुक्त कर लेता है।

(5) सचालन एवं निर्देशन—जब लक्ष्य का निर्धारण हो जाता है, नियोजन पूर्ण कर लिया जाता है, कर्मचारियों एवं प्रबन्धको की नियुक्ति कर दी जाती है, तब उस व्यवसाय मे सचालन एव निर्देशन की आवश्यकता होती है। इसमे अभिप्रेरणा को भी शामिल किया जाता है। ऐसा कहा जाता है कि कोई भी योजना लायक नहीं है जब तक कि उसको प्रभावकारी ढग से लागू न किया जाये। वास्तव मे यह कहावत विपणन पर तो अक्षरश लागू होती है। किसी भी व्यवसाय की सफलता उस व्यवसाय के कार्य करने की पद्धति पर ही निर्भर रहती है। किसी भी व्यवसाय का प्रबन्धक चाहे जितनी अच्छी योजनाए बना ले लेकिन यदि उस योजना के सचालन एव निर्देशन में कोई त्रुटि है तो वह योजना सफल नही हो सकती है।

इस संचालन एव निर्देशन मे कर्मचारियों को नेतृत्व प्रदान किया जाता है। उनको कार्य करने के लिए प्रेरणा दी जाती है और पुरस्कार एवं दण्ड नीति का पालन किया जाता है। इसका अर्थ यह है कि अच्छे कर्मचारियों को पुरस्कार देते हैं तथा अकुशल कर्मचारियो को और प्रशिक्षण देकर कुशल बनाया जाता है लेकिन इस पर भी यदि वे उचित कार्य नहीं करते हैं तो उनको दण्डस्वरूप सेवा से निकाल दिया जाता है।

(6) विश्लेषण एवं मूल्यांकन करना—विपणन प्रबन्ध का यह अन्तिम कार्य है। इसमें संस्था के उद्देश्यो एवं नीतियों का समय–समय पर विश्लेषण किया जाता है और मूल्यांकन करके यह पता लगाया जाता है कि सस्था अपने उद्देश्यों को प्राप्त करने मे कहां तक सफल रही है। यदि इसमे कोई कमी है तो उसको सुधारा जाता है, नीतियों को बदला जाता है तथा उद्देश्यो में परिवर्तन किया जाता है।

1.2 क्षेत्रीय व्यापार सहयोग

द्वितीय विश्व युद्ध के पश्चात् क्षेत्रीयतावाद*[1] और क्षेत्रीय व्यापार एव आर्थिक सहयोग*[2] की ओर प्रवृत्ति हाल के अन्तर्राष्ट्रीय सबधों*[3] मे सर्वाधिक दिलचस्प विकासो मे से एक है। क्षेत्रीयतावाद का अर्थ क्षेत्र (रीजन) के आधार पर विभिन्न राज्यो के सगठित होने से है और इसका प्रयोग राज्यो अथवा देशो की प्रत्येक गैर–विश्वीय सस्थाओं*[4] के सगठित होने की क्रिया और प्रवृत्ति के लिए किया जाता है। अन्तर्राष्ट्रीय राजनीति की एक अवधारणा (विचार–धारा) के रूप मे अनेक विचारको ने क्षेत्रीयतावाद की परिभाषा अनेक रूपो मे दी है। इन विचारकों के लिए 'क्षेत्र' (रीजन) शब्द का अर्थ अलग–अलग है किन्तु क्षेत्रीयवाद का आधार भूत–तत्व क्षेत्र ही है, इस पर सभी एक मत हैं।

'पामर एण्ड परकिन्स' ने क्षेत्र को परिभाषित करते हुए कहा है कि–

"अन्तर्राष्ट्रीय सम्बन्धो मे क्षेत्र निर्विवाद रूप से वह क्षेत्र है जो तीन या इससे अधिक राज्यों के भूक्षेत्रों को सम्मिलित करता है। ये राज्य सामान्य हितो और भूगोल द्वारा आपस मे बॅधे होते हैं। यह आवश्यक नही है कि वे एक दूसरे से सटे हुए हों या एक ही महाद्वीप मे हो।"[16]

'श्लीचर' ने क्षेत्र की परिभाषा और भी अच्छे ढंग से की हैं,

"एक अन्तर्राष्ट्रीय क्षेत्र में ऐसे राज्यों के क्षेत्र आते हैं जो कम से कम किसी एक उद्देश्य के लिए इसे बाकी क्षेत्रो से अलग रखते हैं।"[17]

उपर्युक्त परिभाषाओं के आधार पर कहा जा सकता है कि क्षेत्र मे कई राज्य सम्मिलित होते हैं जिनमे भौगोलिक समीपता हो भी सकती है और नहीं भी, उनकी राजनीतिक व्यवस्था एक जैसी हो भी सकती है नहीं भी, लेकिन उनके उद्देश्य किसी न किसी मात्रा तक एक जैसे अवश्य होते हैं। फिर भी क्षेत्र का निर्धारण करने का कोई निश्चित नियम नहीं है। यह उन परिस्थितियों और उन समझौतों के स्वरूप पर निर्भर करता है जिनके अन्तर्गत राज्य एक क्षेत्र में सम्मिलित होते हैं। इससे स्पष्ट है कि क्षेत्रीयतावाद मे भौगोलिक तत्व नितान्त आवश्यक नहीं है, यद्यपि यह गौण भी नहीं है। क्षेत्रीयतावाद का अर्थ है उन राज्यों के समूहों के बीच

*1. Regionalism *2. Regional Trade and Economic Cooperation-RTEC
*3. International Relations *4. Non-Universal Institutions

सहयोग स्थापित होना जो स्वय को भौगोलिक, आर्थिक, सैनिक, सास्कृतिक, राजनीतिक हितो से बधा हुआ अनुभव करते हैं। क्षेत्रीयतावाद की व्यापक परिभाषा करते हुए कहा जा सकता है कि "क्षेत्रीयतावाद किसी एक क्षेत्र के राज्यो, अथवा समान आवश्यकताओ या किसी प्रश्न, समस्या या लक्ष्य के प्रति समान अभिधारणाओ और इच्छित उद्देश्यो को सुरक्षित रखने के लिए उपाय ढूढने के विचार से राज्यो, के सगठित होने की अवधारणा हैं।"

क्षेत्रीय संगठन

अन्तर्राष्ट्रीय सम्बन्धो मे क्षेत्रीयतावाद की अभिव्यक्ति क्षेत्रीय सगठनों मे होती है। क्षेत्रीय सगठन*[1] वह सगठन है जो—क्षेत्रीयतावाद की अवधारणा के अन्तर्गत सगठित किया जाता हैं। 'क्षेत्रीय सगठन' शब्द के स्थान पर 'क्षेत्रीय प्रबन्ध,'*[2] 'क्षेत्रीय व्यवस्था,'*[3] 'क्षेत्रीय सघ',*[4] क्षेत्रीय समझौता',*[5] और क्षेत्रीय अन्तर्राष्ट्रीय सगठन'*[6] आदि शब्दो का प्रयोग किया जाता है और कुछ लेखक इनमे से कुछ के बीच भेद भी मानते हैं। 'हास और हवाटिग' ने 'क्षेत्रीय व्यवस्था' पद का प्रयोग करते हुए कहा है,

"क्षेत्रीय व्यवस्था दो या दो से अधिक राज्यो के बीच एक दीर्घकालीन समझौता होता हैं, जो विशिष्ट परिस्थितियो मे राजनीतिक सैनिक आर्थिक क्रिया करने मे सहायक होता है, वशर्ते कि वचनवद्धता परिभाषित क्षेत्र तथा विशिष्ट राज्यो तक ही विस्तृत हो।"[19]

डॉ ई0 एन0 वान क्लीफेन्स ने 'क्षेत्रीय प्रबन्ध' या 'क्षेत्रीय समझौता' पद को उपयुक्त माना है और इसको निम्न रूपो मे परिभाषित किया है—

'क्षेत्रीय प्रबन्ध या समझौता, किसी विशिष्ट क्षेत्र मे या उस क्षेत्र में सयुक्त उद्देश्य के लिए सामान्य हितों वाले सम्प्रभु राज्यों का एक ऐच्छिक संघ होता है, जो उस क्षेत्र के सम्बन्ध में आक्रामक प्रकृति का नहीं होना चाहिए।"[20]

चाहे किसी भी पद का प्रयोग किया जाये लेकिन कुल मिलाकर इन सभी पदों से एक ही तरह की ध्वनि निकलती है। इसलिए 'क्षेत्रीय संगठन' पद के प्रयोग को ही समीचीन और सुविधाजनक मानते हुए यह कहा जा सकता है कि क्षेत्रीय सगठन ऐसे विभिन्न राज्यो का

*1. Regional Organisation, *2. Regional Arrangement
*3. Regional System. *4. Regional Association
*5. Regional Pact, *6 Limited International Organisation

एक स्थायी अथवा दीर्घकालिक समूह सगठन है जो अपनी सादृश्यता, भौगोलिक समीपता, हितो की समानता या सास्कृतिक, भाषाई, ऐतिहासिक समानता के कारण, या फिर किसी झगडे को जो उनके बीच पैदा हो जाता है, शान्तिपूर्ण ढग से सुलझाने के लिए या अपने क्षेत्र मे शान्ति स्थापित करने, सुरक्षा की बहाली या अपने हितो की रक्षा के लिए या फिर अपने आर्थिक, सैनिक, राजनीतिक सास्कृतिक सम्बन्धो के विकास के लिए सामूहिक रूप से उत्तरदायी होते हैं।

उपर्युक्त विवेचन से स्पष्ट है कि क्षेत्रीय सगठन के निम्न रूप हो सकते हैं–

1 सुरक्षा सगठन जैसे–नाटो, सीटो, सेण्टो, वारसा पैक्ट आदि।

2 समान राजनीतिक हितो वाले सगठन जैसे–अरब लींग, ओपेक आदि।

3 आर्थिक सहयोग सगठन जैसे–एसियान, यूरोपीय आर्थिक समुदाय आदि।

4 भौगोलिक समीपता वाले आर्थिक सहयोग सगठन जैसे–रिओ सन्धि, अमेरिकी राज्यों का सगठन, अफ्रीकी एकता सगठन, 'सार्क' (दक्षेस) आदि।

क्षेत्रीय संगठनों का मूल्यांकन

सयुक्त राष्ट्र सघ*[1] के चार्टर मे क्षेत्रीयतावाद और क्षेत्रीय सगठनो की स्थापना को मान्यता दी गयी है। इसका प्रावधान चार्टर की धारा 52, 53, 54 में है।

उपर्युक्त के अतिरिक्त सयुक्त राष्ट्र ने सघ ने अपने अगों में सदस्यता के निर्धारण मे भी क्षेत्रीयताबाद की विचारधारा को अनौपचारिक रूप से मान्यता दे रखा हैं। उदाहरणार्थ सुरक्षा परिषद के 10 अस्थायी सदस्यों में से 5 एफ्रो एशिया से, 2 लैटिन अमेरीका से, 2 पश्चिमी यूरोप से और 1 पूर्वी यूरोप से लिये जाने की परम्परा है। इससे स्पष्ट है कि संयुक्तराष्ट्र संघ ने क्षेत्रीयतावाद को मान्यता दी है लेकिन उस पर चार्टर के उद्धेश्यो और सिद्धान्तों की अनुकूलता की सीमा है।

क्षेत्रीयतावाद की अवधारणा के आधार पर जितने भी क्षेत्रीय सगठन बने है उन्हे मोटे तौर पर दो वर्गो में विभाजित किया जा सकता हैं–

1. क्षेत्रीय सुरक्षा संगठन।

2. क्षेत्रीय गैर सुरक्षा (आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक सहयोग के) सगठन।

जहॉ तक क्षेत्रीय गैर–सुरक्षा सगठनो का प्रश्न है, इनको समान्यता उपयोगी और हितकर माना जाता है। इनकी उत्पत्ति के कारणो मे आर्थिक–सामाजिक–सास्कृतिक विकास और पारस्परिक निर्भरता की भावनाये रही है। लेकिन क्षेत्रीय सुरक्षा सगठनो की उत्पत्ति के कारणो मे सहयोग की भावना कम और गुटबन्दी की भावना अधिक रही है। द्वितीय विश्व युद्ध के बाद साम्यवाद के प्रसार के भय, पूॅजीवाद और साम्यवाद के बीच वैचारिक सघर्ष, शीत युद्ध और सभावित युद्धो से सुरक्षा प्रदान करने की सयुक्त राष्ट्र सघ की तथाकथित अक्षमता के कारण क्षेत्रीय सुरक्षा सगठन अस्तित्व मे आये। इन क्षेत्रीय सुरक्षा सगठनो के विषय मे कई आपत्तिया उठायी जाती है यथा–

1 क्षेत्रीय सुरक्षा सगठन सयुक्त राष्ट्र सघ के चार्टर के प्रतिकूल हैं क्योकि इनकी उत्पत्ति के पीछे यह धारणा कार्य करती है कि सयुक्त राष्ट्र सघ सामूहिक सुरक्षा में असफल रहा है।

2 इन सगठनों से न केवल सयुक्त राष्ट्र सघ की सामूहिक सुरक्षा की भावना को आघात पहॅुचता है बल्कि ये सयुक्त राष्ट्र सघ की असफलता के प्रतीक बन जाते हैं।

3 सयुक्त राष्ट्र सघ की सामूहिक सुरक्षा की व्यवस्था के होते हुए क्षेत्रीय सगठनो की स्थापना एक तरह का व्यर्थ दुहराव हैं।

4 क्षेत्रीय सगठनों का उद्देश्य दूसरे गुटो और राज्यो के प्रति आक्रामक होता है इसलिए सैद्धान्तिक रूप में शान्ति और सुरक्षा की बात करते हुए भी व्यवहार मे इनसे अन्तर्राष्ट्रीय तनाव मे वृद्धि होती हैं।

5 क्षेत्रीय सुरक्षा संगठनों से शस्त्रीकरण को बढावा मिलता है और शस्त्रीकरण से युद्ध की सम्भावनायें बढती हैं।

6 इन क्षेत्रीय संगठनो के कारण सयुक्त राष्ट्र सघ में गुटबंदी बढती है और सयुक्त राष्ट्र सघीय राजनीति क्षेत्रीय सगठनों के सघर्ष की राजनीति हो जाती है।

7 ये संगठन सयुक्त राष्ट्र चार्टर की धारा 51 मे वर्णित आत्मरक्षा के प्रावधान का गलत अर्थ निकालते हैं और सामूहिक सुरक्षा के स्थान पर शक्ति सन्तुलन की पद्धति को

प्रोत्साहन करते हैं।

8 क्षेत्रीय सुरक्षा सगठन किसी भी अर्थ मे क्षेत्रीय नही है, क्योकि इनमे गैर क्षेत्रीय और विभिन्न प्रदेशो के सदस्य होते हैं।

9 अधिकाश, क्षेत्रीय सुरक्षा सगठनो की प्रेरक–महाशक्तिया रही हैं, जो गैर क्षेत्रीय राज्य होने के कारण इन सगठनो के माध्यम से उस क्षेत्र विशेष मे अपना वर्चस्व कायम करने का प्रयास करती हैं। इसलिए बी के कृष्णमेनन ने इन सगठनो को 'न्यूनाधिक मात्रा मे शासन की और प्रतिगमन' की सज्ञा दी।

उपर्युक्त आलोचनाओ के होते हुए भी क्षेत्रीय–सगठनो को चुनौती देना या उन्हे समाप्त कर देना आसान काम नहीं है। क्षेत्रीयतावाद के समर्थक प्राय यथार्थवादी हैं। इसलिए विश्ववाद मे उनका बिल्कुल विश्वास नहीं है। प्रो पोटर ने कहा है, विश्ववाद अथवा भूमडलीकरण एक जल्दवाजी, ऊपरी और कुछ हद तक भावात्मक प्रतिक्रियाओ का परिणाम है। इन लोगो की दृष्टि मे राष्ट्रीय हितो मे विश्व व्यापी समानता न होने के कारण सयुक्त राष्ट्र सघ जैसा कोई अन्तर्राष्ट्रीय सगठन सर्वथा सफल नहीं हो सकता और क्षेत्रीय सगठनो की आवश्यकता एवं संभावनाये बनी रहेगी।

वस्तुत· समस्या क्षेत्रीयतावाद और क्षेत्रीय सगठनों की समाप्ति की नहीं है। बल्कि संयुक्त राष्ट्र सघ के साथ उनके अनुकूलन और स्वस्थ उद्धेश्यों की है। अतः क्षेत्रीयतावाद का विचार अभी नवीन और विकास की स्थिति मे है।

पिछले कुछ वर्षो से अन्तर्राष्ट्रीय राजनीतिक अर्थव्यवस्था मे हुए परिवर्तनों के कारण क्षेत्रीय संगठन और क्षेत्रीयतावाद के परम्परागत रूप में परिवर्तन हुआ है। एव व्यापारिक और वाणिज्यिक सहयोग सगठनो के निर्माण मे तेजी आयी है। यह अच्छा लक्षण है। ये नवीन प्रकार के क्षेत्रीय सगठन न ही संयुक्त राष्ट्र सघ के चार्टर के प्रतिकूल हैं और न ही क्षेत्रीयतावाद का यह रूप विश्वशान्ति और अन्तर्राष्ट्रीयतावाद के मार्ग में बाधक है।

1.3 प्रस्तुत अध्ययन के उद्देश्य*1

दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन—सार्क अथवा दक्षेस क्षेत्रीयतावाद का एक, महत्वपूर्ण (सघ) है। इसका गठन दक्षिण एशिया के सात देशो के मध्य परस्पर व्यापारिक आर्थिक एव राजनीतिक सहयोग को बढाने के उद्देश्य से 8 दिसम्बर 1985 को बॉगलादेश की राजधानी "ढाका" मे किया गया। सार्क देशो के मध्य परस्पर विपणन—व्यवस्था को सुदृढ करना भी इन्ही उद्देश्यो मे सम्मिलित हैं।

सार्क सगठन के वे सात देश हैं—भारत, पाकिस्तान, बॉगलादेश, श्रीलंका, नेपाल, भूटान तथा मालदीव। इनमे भारत का जनसख्या, भू—क्षेत्रफल, सकल घरेलू उत्पाद तथा राजनीति की दृष्टि से वर्चस्व है। अन्तर्राष्ट्रीय विपणन के महत्वपूर्ण विषय विदेशी व्यापार एव विपणन व्यवस्था (विपणन प्रबन्ध) के विविध आयाम, उनकी दिशाये तथा उनकी नीतियॉ भारत एव सार्क देशों के बीच क्या रही हैं, इन्हीं का एक समीक्षात्मक अध्ययन प्रस्तुत करना इस शोध प्रबन्ध का प्रधान उद्देश्य है।

दक्षिण एशिया के सार्क क्षेत्र मे विगत वर्षो में व्यापारिक एव विपणन सम्बधो की स्थापना हुई है। 'सार्क देशो में निजी क्षेत्र के वाणिज्य एव उद्यमों की महत्वपूर्ण भूमिका हाल के वर्षो मे सार्क चैम्बर आफ कामर्स एण्ड इंडस्ट्री' के रूप में देखने को मिला है। इसका मुख्यालय कराची मे है। यह महत्वपूर्ण कदम सार्क के सभी सदस्य देशो मे प्रगतिवादी नियंत्रण एव बाजार—प्रधान आर्थिक सुधारो से प्रेरित हैं। व्यापारिक एव विपणन क्रिया—कलापो के अतिरिक्त सार्क देशो में अन्य आर्थिक, सामाजिक, सास्कृतिक तथा खेलकूद एव युवा क्रिया—कलापो मे भी परस्पर विनिमय हुआ है। आर्थिक विकास के सन्दर्भ मे परस्पर सहयोग की इस भावना का उद्‌भव एव विकास विश्व अर्थव्यवस्था में एक शुभ संकेत हैं। इसका ज्वलन्त उदाहरण हमें 'सार्क' के रूप में देखने को मिला है जिसका सफर 'सार्क' से 'साप्टा'*2 तथा 'साप्टा' से 'साफ्टा'*3 के रूप में हाल के वर्षो मे देखने को मिला है। 'सार्क' से 'साफ्टा' का सफर राजनीतिक अर्थव्यवस्था (पॉलिटिकल इकानॉमी) के सैद्धान्तिक एव

*1 Objective Time of the Study
*2. South Asian Preferential Trade Agreement-SAPTA
*3. South Asian Free Trade Agreement-SAFTA

व्यवहारिक नीतियो पर आधारित है। अत इसका निराकरण भी नयी–राजनीतिक अर्थ व्यवस्था के नीतिगत पहलुओ के अन्तर्गत होना अति आवश्यक है। प्रस्तुत शोध प्रबन्ध को इस दिशा मे भी प्रस्तुत करने की आयोजना है।

दक्षिण एशियाई 'सार्क' देशो के मध्य अनुकूल प्रशुल्क नीति (टेरिफ पालिसी)*3 के साथ विभिन्न वस्तुओ एव सेवाओ का अन्त क्षेत्रीय एव वाहय क्षेत्रीय व्यापार का प्रारम्भ विश्व की अर्थ व्यवस्था मे एक शुभ सकेत है। यह भविष्य मे समृद्धि के नये द्वार खोलने जैसा हैं। सभी सार्क देशो मे व्यापार एव विपणन के साथ आर्थिक व राजनीतिक सहयोग की प्रचुर सम्भावनाएँ भी मौजूद हैं। वस्तुत राजनीतिक स्थायित्व व राजनीतिक सौहार्द से दो देशो अथवा क्षेत्र मे शाति व्यवस्था प्रोत्साहित होती है जिससे विपणन, व्यापार सवृद्धि एव विकास को बल प्राप्त होता है। अन्तर्राष्ट्रीय विपणन के अन्तर्गत हम इस व्याख्या को उलटा करके भी देखते हैं और व्यापार–विपणन को शाति के मुख्य–तत्वो के रूप मे पाते हैं। इस तरह विकास एव शाति एक केन्द्रीय समस्या बन जाता है जिसके समाधान के दो छोर प्राप्त होते हैं– (1) व्यापार एव विपणन, तथा (2) राजनीतिक सौहार्द। अन्य शब्दो मे,

व्यापार व विपणन	विकास व शांति	राजनीतिक सौहार्द	व्यापार व विपणन

सारांश यह है कि व्यापार एव विपणन, सवृद्धि, विकास एव शांति के लिए आदि और अत दोना है। इनका निष्पादन इन विकासशील देशो मे आर्थिक सवृद्धि एव विकास की दशाओ को उत्पन्न करेगी। इस अध्ययन को इस सन्दर्भ में भी प्रस्तुत करने की आयोजना है।

विदेशी व्यापार की दृष्टि से दक्षिण एशियाई, 'सार्क' देशो का सामाजिक, आर्थिक एव, राजनीतिक सहयोग अर्थव्यवस्था की घरेलू मागों को पूरा करने में लगने वाले समय तथा यातायात लागतों में आने वाली कठिनाइयों से इन देशों को बचाता है। सार्क के सदस्य देशो की अर्थ–व्यवस्थाओ की घरेलू मॉग विपणन व्यवस्था, परस्पर व्यापार एव आर्थिक सहयोग द्वारा पूरा होने पर आयात–निर्यात सम्बन्धी यातायात लागतो तथा वस्तुओ एवं सेवाओ की

*3. Tarift Policy

आपूर्ति मे लगने वाले समय के अधिक न होने से सभी सदस्य देशो को परस्पर व्यापार–विपणन से प्रचुर लाभ होता है। लाभ की ये दशाये तब और भी बढ जाती है जब ये सदस्य देश परस्पर सचार सेवाओ, ऊर्जा एव शक्ति सेवाओ, विनिर्माणी उद्योग हेतु तकनीकी सहयोग एव हस्तान्तरण, शिक्षा, चिकित्सा एव पोषण सम्बन्धी सेवाओ द्वारा परस्पर सहयोग करते हैं। वर्तमान अध्ययन को इस सन्दर्भ मे भी प्रस्तुत किये जाने की आयोजना हैं।

'कम लागत, अधिक उत्पादन'*1 आर्थिक सवृद्धि एव विकास का मूलमन्त्र है। इसका लाभ 'सार्क' के सदस्य देशो मे परस्पर व्यापार के फलस्वरूप पर्याप्त मात्रा मे प्राप्त होने लगता है। परस्पर व्यापार एव विपणन व्यवस्था की आधुनिक विधियो से 'सार्क' के सदस्य देशो मे वस्तुओ एव सेवाओ की परस्पर विनिमयशीलता के साथ ही मौद्रिक विनिमयशीलता एव तरलता, बैकिंग एव साख सुविधाओ का विस्तार, मौद्रिक एव गैर–मौद्रिक सहायता, 'सार्क' क्षेत्र में एक मुद्रा के प्रचलन की आवश्यकता, विपणन हेतु मुक्त बाजार आदि मुद्दों से सम्बन्धित विश्लेषण को भी वर्तमान अध्ययन में प्रस्तुत किये जाने की आयोजना है।

अन्तर्राष्ट्रीय विपणन के सन्दर्भ मे यह भी देखने को मिलता है कि 'सार्क' के सदस्य देशो मे निवास करने वाले उपभोक्ता पडोसी देशो से वस्तुओ को खरीदने मे अनिच्छुक नहीं है। उपभोग योग्य विभिन्न वस्तुओ को उपभोक्ता अपने पडोसी देश से भी खरीद सकते हैं यदि तुलनात्मक रूप मे (1) वस्तुओ की कीमते, घरेलू अर्थव्यवस्था से कम हैं, (2) वस्तुओ की गुणवत्ता अधिक है तथा (3) वस्तुओ की उपलब्धता सहज है। उपलब्धता, गुणवत्ता के साथ ही कम कीमतो मे वस्तुओ के प्रयोग की गुजाइश प्राय सभी 'सार्क' देशो मे प्राप्त है। इस हेतु प्रबधकीय क्षमता एव कौशल में वृद्धि द्वारा वस्तुओ के विपणन एव व्यापार को बढाया जा सकता है। इस दृष्टि से सम्पूर्ण 'सार्क' क्षेत्र को दक्षिण एशिया के 'एक प्रदेश के रूप में' देखा जा सकता है। वर्तमान अध्ययन इस दिशा में भी एक प्रयास है।

सार्क के सदस्य देशों में भारत एक महत्वपूर्ण देश है। भारत का इन देशो मे वर्चस्व है। 'सार्क' देशों में जनसख्या की दृष्टि से लगभग 76% जनसंख्या और क्षेत्रफल की दृष्टि से

*1. Less Cost, More Production

लगभग 73% भूमि–क्षेत्र भारत के हिस्से मे है। इसके अतिरिक्त, समस्त सदस्य देशो की तुलना मे भारत वस्तुओ के क्रय–विक्रय हेतु एक बडे बाजार को भी अपनी घरेलू अर्थव्यवस्था मे समाहित किये हुए है। 'सार्क' देशो मे विश्व व्यापार के सापेक्ष अन्त क्षेत्रीय व्यापार का वितरण लगभग 3 7% है जिसमे स्वय भारत की भागीदारी लगभग 2% है। अत प्रस्तुत अध्ययन मे भारत की केन्द्रीय भूमिका है। प्रस्तुत शोध प्रबन्ध भारत के विदेशी व्यापार नीति एव विपणन–व्यवस्था पर आधारित है। सार्क के सदस्य देशो के परिप्रेक्ष्य मे भारत की व्यापारिक एव विपणन–नीतियो का मूल्याकन करना भी इस शोध प्रबन्ध का उद्देश्य है।

सार्क क्षेत्र विश्व मे व्यापार एव विपणन का बडा क्षेत्र नहीं है। विश्व के कुल व्यापार एव विपणन क्रियाओ मे इस क्षेत्र की भागीदारी लगभग 1 प्रतिशत है। इसका यह कदापि अर्थ नही है कि इस क्षेत्र मे विपणन–सुविधाओ तथा व्यापार की प्रचुर सम्भावनाये न मौजूद हो। इन्ही सम्भावनाओ के फलस्वरूप ही अमेरिका, जापान तथा चीन जैसे–देश भारत एव अन्य सार्क देशो मे अपने माल की खपत करना चाहते हैं। ये देश सार्क क्षेत्र को विशेषकर भारत को विपणन के एक बडे बाजार के रूप मे देखते हैं और अपना उद्देश्य भूमडलीकरण*[1] के माध्यम से पूरा करने का प्रयास कर रहे हैं। भारतीय अर्थव्यवस्था मे 1991 से भूमडलीकरण एव उदारीकरण*[2] नामक तत्वो को नयी आर्थिक नीति*[3] के रूप मे स्वीकार भी किया जा चुका है। वर्तमान अध्ययन को इस दृष्टि से भी प्रस्तुत किए जाने की योजना है।

भारत मे नयी आर्थिक नीति का प्रथम चरण पूरा हो चुका है और यह दूसरे चरण (अवस्था) मे प्रवेश कर चुकी है। प्रस्तुत आर्थिक नीति की प्रमुख विशेषता आयात एव निर्यात तथा विपणन कार्य हेतु घरेलू अर्थ व्यवस्था मे खुलापन का होना है। भारत मे अपनाए गए इन उपायों को सार्क देशो के विशेष सदर्भ मे देखे जाने की प्रस्तुत शोध प्रबन्ध मे आयोजना है।

सार्क के सदस्य देशों में भारत एक प्रधान एव महत्वपूर्ण देश है। सम्पूर्ण सार्क क्षेत्र की जनसंख्या की दृष्टि से लगभग 76 प्रतिशत जनसख्या तथा 73 प्रतिशत भूमि–क्षेत्र इसी देश के हिस्से में है। इसके अतिरिक्त, भारत सभी सदस्य देशो की तुलना मे वस्तुओ के क्रय–विक्रय हेतु एक बडा बाजार भी अपनी घरेलू अर्थ व्यवस्था मे समाये हुए है। लगभग 2000 निर्मित वस्तुओं के विपणन अथवा लेन–देन की चर्चा 1998 के 'कोलम्बो सम्मेलन' मे

सार्क देशो द्वारा किए जाने का प्रस्ताव 'साप्टा' के रूप मे किया गया था। इसी सम्मेलन मे यह भी सम्भावना व्यक्त की गयी थी कि 'साप्टा' 2001 तक क्षेत्रीय मुक्त, व्यापार के रूप मे 'नेटवर्क' का रूप ले लेगा। तब सार्क का स्वरूप बदलकर 'साफ्टा' का रूप धारण कर लेगा। प्रस्तुत शोध प्रबन्ध को इस कोण से भी देखे जाने की आयोजना है।

सार्क देशो मे विश्व व्यापार के सापेक्ष अन्त क्षेत्रीय व्यापार एव विपणन का वितरण विश्व के कुल व्यापार एव विपणन का लगभग 3 7 प्रतिशत है जिसमे भारत का हिस्सा लगभग 2% है। भारत तथा सार्क के अन्य सदस्य देशो मे व्यापार एव विपणन की प्रबल सम्भावनाए मौजूद हैं। इस दृष्टि से भी प्रस्तुत शोध–प्रबन्ध मे विश्लेषण की आयोजना है।

अन्त क्षेत्रीय व्यापार एव विपणन[*1] हेतु प्रोत्साहन की क्रिया सार्क क्षेत्र के अतर्गत औद्योगिक पुनर्निर्माण सयुक्त सट्टेबाजी एव जोखिम, तकनीकी हस्तातरण तथा निवेश पर विशेष बल देते हुए 'साप्टा' के माध्यम से किया जाता है। सार्क क्षेत्र मे इस प्रोत्साहन प्रक्रिया के अतिरिक्त अन्य सहयोगी क्रिया कलाप भी किए जाते हैं। ये क्रिया कलाप भुगतान एव समाशोधन (क्लीयरिंग) व्यवस्था, व्यापार–वित्त, वाणिज्यिक गतिविधियों, विपणन प्रबन्धन सुविधाए जैसे प्रबन्धकीय कौशल, विज्ञापन–कला एव अन्य प्रचार माध्यमो का प्रयोग, दूर सचार एव सेटेलाइट तथा अन्य लेन–देन सबधी सुविधाओ के विस्तार पर निर्भर है। प्रस्तुत अध्ययन प्राप्त निष्कर्षो के आधार पर सम्पूर्ण सार्क क्षेत्र मे व्यापार एव विपणन गति विधियो मे सुधार एव प्रसार हेतु एक 'नीति परक कार्य–सूची' को "एक्शन प्रोग्राम"[*2] के रूप मे प्ररतुत किए जाने की आयोजना है। इससे न केवल भारत के विदेशी व्यापार एव विपणन–व्यवस्था मे सवर्द्धन होगा बल्कि वस्तुओ मे भौतिक–अतर सरचना का लाभ क्षेत्रीय पयर्टन तथा सुविधाओ का विकास–लाभ भी मिल सकेगा।

परिकल्पनायें[*3]

प्रस्तुत शोध प्रबध भारत के विदेशी व्यापार नीति तथा विपणन–व्यवस्था का अध्ययन सार्क देशो के विशेष सदर्भ मे करता है। इस हेतु अध्ययन मे प्रयुक्त परिकल्पनाए निम्नवत् हैं–

*1 Inter-regional Trade and Marketing
*2. Action Programmes
*3 Hypotheses

1 विश्व मे जिस तरह से व्यावसायिक एव आर्थिक गुट सदस्य राष्ट्रो के आर्थिक विकास मे सहायक रहे है। दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन असफल रहा है।

2 भारत मे भूमडलीकरण एव आर्थिक उदारीकरण नीतियो के परिप्रेक्ष्प मे सार्क देशो द्वारा अपनायी गयी व्यापार एव विपणन नीतियॉ अप्रासगिक है।

3 अप्रासगिक व्यापार एव विपणन–व्यवस्था के फलस्वरूप विश्व व्यापार मे सार्क के सदस्य देशो के व्यापार के अश प्रत्याशा से कम हैं।

4 सार्क देशो मे विपणन–लक्ष्यो की भिन्नता के कारण व्यापार नीतियो मे परस्पर सामजस्य का अभाव पाया जाता है।

5 सार्क देश अपनी व्यापार–एव विपणन नीतियो को सार्क (दक्षेस) के चार्टर मे उल्लिखित उद्देश्यो को ध्यान मे रखकर नहीं बनाते।

1.4 अध्ययन विधि*1

प्रस्तुत अध्ययन सार्क देशो के विशेष सदर्भ मे भारत के विदेशी व्यापार नीति एव विपणन–व्यवस्था से सम्बन्धित है। अत सार्क देशो को अध्ययन के विषय–क्षेत्र के रूप मे स्वीकार किया गया है। 'सार्क' देशो से भारत के विदेशी व्यापार की प्रवृत्तियो एव सरचनाओ को भी प्रस्तुत अध्ययन के विषय क्षेत्र मे सम्मिलित कर लिया गया है। इस तरह अन्तर्राष्ट्रीय विपणन (इटरनेशनल मार्केटिग) के महत्वपूर्ण विषय वस्तु "विदेशी व्यापार एव विपणन व्यवस्था के विविध आयामो का एक समीक्षात्मक अध्ययन भारत तथा 'सार्क' देशो के बीच प्रस्तुत करना ही इस अध्ययन का मुख्य उद्देश्य है।

अध्ययन के उपागम*2

प्रस्तुत अध्ययन में अनुसंधान एवं सूचना पद्धति (रिसर्च एण्ड इनफार्मेशन सिस्टम्स) के आधार पर 'सार्क' के सदस्य देशो के मध्य भारत के व्यापार एव विपणन नीतियो की व्याख्या की गयी है। सम्पूर्ण व्याख्या मे व अन्त· क्षेत्रीय व्यापार प्रोत्साहन" तथा "अन्य सहयोगी

*1 Methodology

*2. Approaches of the Study

क्रिया–कलापो" को व्यापार एव विपणन सहयोग के सन्दर्भ मे देखा गया है। प्रस्तुत अध्ययन की सम्पूर्ण व्याख्या इन्ही उपागमो (एप्रोचेज) पर आधारित है।

अध्ययन की विधियॉ:*1

विज्ञान तर्क (लॉजिक) पर आधारित होता है। तर्क की सहायता से हम "कारण–परिणाम सम्बन्ध" (काज–इफेक्ट रिलेशन) का अध्ययन कर सकते हैं अर्थात एक निश्चित कार्य का सम्भावित परिणाम जान सकते है। इस सन्दर्भ मे, तर्क की मुख्यत दो विधि यॉ है–(1) निगमन विधि (डिडक्टिव मेथड) तथा (2) आगमन विधि (इन डक्टिव मेथड)। निगमन विधि मे तर्क का मार्ग "सामान्य से विशेष" की ओर होता है तथा आगमन विधि मे तर्क का मार्ग "विशेष से सामान्य" की ओर होता हैं। तर्क की इन विधियो का सम्बन्ध 'उचित चिन्तन' के नियमो से सबधित है जिनसे हमे "सत्य की खोज" करने मे सहायता मिलती है। प्रस्तुत अध्ययन मे अध्ययन की उक्त दोनो विधियो का प्रयोग किया गया है।

तार्किक विधि के अन्तर्गत सम्पूर्ण विश्लेषण तर्क के आधार पर शब्दो के रूप मे अथवा वाचिक (वर्बल) होता है। इससे विश्लेषण मे यथार्थ–भाव (इक्जैक्टनेस) तथा भाषा की स्पष्टता एव सूक्ष्मता का अभाव उत्पन्न हो जाता है। अत विश्लेषण को यथार्थ एव तुलनीय बनाने की दृष्टि से साख्यिकीय और/अथवा गणितीय विधियो में से अनुपात, प्रतिशत, गुणाक, रेखाचित्र, मानचित्र एव तालिका आदि का प्रारम्भिक प्रयोग प्रस्तुत अध्ययन को प्रामाणिक एव बोधगम्य बनाने के लिए किया गया है।

सम्पूर्ण प्रस्तुति मे विभिन्न प्रतिवेदनो, प्रकाशनो, आदि प्रकाशित स्त्रोतो पर आधारित द्वितीयक समको (सेकेण्डरी स्टेटिस्टिक्स) का प्रयोग किया गया है। समको को सकलित करने के प्रमुख स्त्रोत निम्नलिखित हैं–

1 वर्ल्ड डेवलपमेण्ट रिपोर्ट, विश्व बैंक

2 डायरेक्शन ऑफ ट्रेड स्टेटिस्टिक्स ईयर बुक, अन्तर्राष्ट्रीय मुद्रा कोष

3 ट्रेड एण्ड डेवलपमेंट रिर्पोट, सयुक्त राष्ट्र

4 भारतीय आर्थिक समीक्षा, भारत सरकार

*1 *Methods of the Study*

अध्ययन की सीमा*1

प्रस्तुत प्रबन्ध की अध्ययन परिधि (डोमेन) "भारतीय विदेश व्यापार नीति एव विपणन-व्यवस्था-सार्क देशों के विशेष सदर्भ मे" शीर्षक से स्वत स्पष्ट है। अर्थात हमारे अध्ययन की सीमा है-भारत एव अन्य 'सार्क' देशो के मध्य विदेशी व्यापार तथा व्यापार व विपणन नीतियो का मूल्याकन। इस अध्ययन के सन्दर्भ मे अन्य 'सार्क' देश है-पाकिस्तान, बागला देश, श्रीलका, नेपाल, भूटान एव मालदीव। इनमे श्रीलका एव मालदीव, द्वीप समूह हैं, शेष सभी "स्वतन्त्र राष्ट्र" हैं जिनमे भारत का वर्चस्व है।

अध्ययन की अवधि*2

'सार्क' का प्रादुर्भाव 8 दिसम्बर 1985 को हुआ है। अत समको की उपलब्धता के आधार पर सम्पूर्ण अध्ययन को सामान्यत 1985-2000 की अवधि से सम्बन्धित रखने का प्रयास किया गया है। किन्तु नवम्बर 1999 से सार्क लगभग निष्क्रिय बना हुआ है। पाकिस्तान मे सैनिक तख्तापलट होने की वजह से 1999 मे नेपाल की राजधानी काठमाडू मे होने वाले ग्यारहवे शिखर सम्मेलन को स्थगित करना पडा था। इस तरह विश्लेषण हेतु समको की अद्यतन उपलब्धता मे व्यावहारिक कठिनाइयॉ हैं। अत· सम्पूर्ण विवेचना मे जिस अवधि के अद्यतन समक उपलब्ध हुए हैं, उन्ही के आधार पर सम्पूर्ण व्याख्या को प्रस्तुत किया गया हैं।

1.5 प्रस्तुत अध्ययन की योजना*3

इस अध्ययन को कुल नौ अध्यायो मे प्रस्तुत किया गया है। इनमें प्रस्तुत अध्याय-1 'विषय प्रवेश' (इन्ट्रोडक्शन) पर है जिसमे 'अन्तर्राष्ट्रीय विपणन' (इटरनेशनल मार्केटिग) के महत्वपूर्ण विषय वाणिज्य, विपणन-व्यवस्था (विपणन-प्रबध) एव क्षेत्रीय व्यापारिक सहयोग पर विहगम दृष्टि डालते हुए इस शोध-प्रबन्ध के उद्देश्य, तथा अध्ययन-विधि (मेथ डलॉजी) का उल्लेख किया गया है।

अध्याय-2 'विश्व के विभिन्न आर्थिक संगठन' पर है जो विभिन्न व्यापारिक एव आर्थिक सगठनो का सामान्य परिचय कराता है। इन सहयोग सगठनो की प्रकृति देखने से विविध

*1 Domain of the Study
*2 Period of the Study
*3. Plan of the Study

प्रकार की लगती है किन्तु सबका उद्देश्य एक लगता है—क्षेत्रीय व्यापार एव विपणन—व्यवस्था मे विस्तार। इस तरह इन सगठनो से "विविधता मे एकता" का भाव प्राप्त होता है।

अध्याय—3 दक्षिण एशिया के महत्वपूर्ण क्षेत्रीय सगठन सार्क (दक्षेस) के उद्देश्य क्रिया प्रणाली आदि का सामान्य परिचय कराता हैं। यह अध्याय 'सार्क' देशो के क्षेत्रीय व्यापार सहयोग एव विपणन—व्यवस्था पर भी प्रकाश डालता है।

अध्याय—4 दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन अर्थात 'सार्क' के सदस्य देशो के बारे मे है। प्रस्तुत अध्याय सार्क देशो का भौगोलिक, सामाजिक एव राजनीतिक परिचय कराता है। साथ ही, सदस्य देशो की व्यापार, विपणन एव अन्य आर्थिक नीतियो पर भी प्रकाश डालता है।

अध्याय—5 का विषय है—'भारत की विपणन व्यवस्था एव व्यापार—प्रवृत्तियाँ'। इस अध्याय मे व्यापार एव विपणन के सदर्भ मे सार्क की स्थिति को भारत के परिप्रेक्ष्य मे देखा गया है। इसी अध्याय मे भारत की विपणन—व्यवस्था एव विदेशी व्यापार प्रवृत्तियो की समीक्षा अन्य क्षेत्रीय व्यापारिक गुटो के सदर्भ मे की गई है।

अध्याय—6 का शीर्षक 'भारत का विदेश—व्यापार एव अन्य सार्क देश' है। इस अध्याय मे विदेशी व्यापार मे सार्क देशो का विश्व मे स्थान सुनिश्चित करते हुए भारत—श्रीलका, भारत—नेपाल, भारत—बॉगलादेश, भारत—पाकिस्तान, भारत—भूटान तथा भारत—मालदीव के बीच व्यापार प्रवृत्तियो तथा विपणन—व्यवस्था की समीक्षा प्रस्तुत की गई है।

अध्याय—7 'व्यापार एव विपणन नीतियो का मूल्याकन' प्रस्तुत करता है। इस अध्याय मे सार्क के सदस्य देशो द्वारा अपनाई गई नीतियो की समीक्षा सवृद्धि एव विकास के सदर्भ मे की गयी है।

अध्याय—8 'निष्कर्ष एवं सुझाव' पर है जिसमे इस अध्ययन से प्राप्त निष्कर्षो एव सुझावो का विकास के परिप्रेक्ष्य में प्रस्तुत किया गया है।

अतिम अध्याय—9 में अध्ययन के उपसहार को प्रस्तुत किया गया है जिसमे इस तथ्य पर प्रकाश डाला गया है कि सार्क क्षेत्र में वगैर राजनीतिक सौहार्द को कायम किए व्यापार, विपणन एवं विकास के उद्धेश्यों को प्राप्त नहीं किया जा सकता। इस सदर्भ मे सार्क के राजनीतिक पहलुओ पर सक्षेप मे प्रकाश डाला गया है जिससे शाति स्थापना तथा व्यापारिक

एव विपणन–व्यवस्था की सवृद्धि मे मदद मिल सके।

इस अध्ययन के अन्त मे 'पूर्व साहित्य' (विब्लियो ग्रैफी) की एक प्रामाणिक सूची तथा दो परिशिष्टियॉ दी गयी हैं। ये परिशिष्टियॉ हैं–

1 सार्क का चार्टर

2 अद्यतन खबरे– समाचार पत्रो से।

टिप्पणी एवं संदर्भ

1 ". Commercial occupations deal with the buying and selling of goods, the exchange of commodities and the contribution of the finished products " -Evelyn Thomas

2 " .Commerce embraces all those processes, which help to break the barriers between producers and consumers It is the sum total of those processes, which are engaged in the removal of hindrances of persons (trade), Place (transport and insurance) and time (warehousing) in the exchange (banking) of commodities," -James Stephenson

3. व्यवस्था शब्द का प्रयोग प्रबध (मैनेजमेट), जैसे–विपणन–व्यवस्था अथवा/विपणन–प्रबध के रूप मे तथा पद्धति (सिस्टम), जैसे–अर्थ व्यवस्था, कर–व्यवस्था (टैक्स–सिस्टम), विपणन–व्यवस्था (मार्केटिग सिस्टम) के रूप मे आधुनिक वाणिज्य एव आर्थिक गतिविधियो के अन्तर्गत किया जाता है। अत व्यवस्था का अर्थ प्रबन्ध से व्यापक है किन्तु व्यवहार मे व्यवस्था एव प्रबन्ध दोनो को पर्यायवाची मानकर प्रयोग किया जाता है।

4 "Marketing Management is the Marketing concept in action"

5. "Marketing Management is that field of business activity involving the establishment and execution of the plans of all the phases or steps of a complete sales campaign "
-Lewis K. Johnson : Sales and Marketing Management, p 30

6 "Specifically marketing management includes within its scope, the analysis, formulation and execution of plans concerning the product, the markets to be covered, the distributive methods to be used, the type of organisation of the sales division, the functions of sales management, the advertising campaign, sales promotion work and the techniques of sales control." -Lewis K. Johnson · Sales and Marketing Management, p.30

7. " ..the approach to marketing from managerial side is referred to as marketing management."

8. "Marketing Management is the analysis, planning implementation and control of programmes designed to bring about desired exchange with target audiences for the purpose of personal or mutual gain. It relies heavily on the adaptation and co-ordination of product, price, promotion and place for achieving effective response "
-Philip Kotler : Marketing Management, p 13

9. "Marketing management is concerned with the direction of purposeful activities to wards the attainment of marketing goals." -Cundiff & Still · Basic Marketing, p.68.

10 "Having thus formulated ideas of the meaning of marketing and management, it is not difficult to interpret 'marketing management' as a composite or merger of the two ideas and the 'marketing (management) concept' as the orientation of all marketing functions to wards the customer, and the marketing of all management decisions in the light of customer needs and for the purpose of satisfying these needs at minimum expense, with optimum sales volume and profits " -Lazo & Corbin Management in Marketing, p 74

11 Marketing Management can be defined as "the process of ascertaining consumer needs, converting them into products or services and then moving the product or service to the final consumer or user to satisfy such needs and wants of specific customer segment or segments with emphasis on profitability ensuring the optimum use of the resources available to the organisation."

-R S Davar Modern Marketing Management, p 7

12 "A more effective advertising-selling relationship slowly emerged from many trial-and-error experiments-the concept of marketing management in its broadest connotation was gradually and quietly unfolding "

-Lewis K. Johnson · Sales & Marketing Management, p.16

13 "The marketing concept is a customer orientation backed by integrated marketing aimed at generatiy stomer satisfaction as the key to satisfying organizational goals "

-Philip Kotler Marketing Management, p 81.

14 Philip Kotler Management, Page 24

15. Cundiff and Still · Basic Marketing, Page 69

16 ". it is important to emphasise that in international realtions a region is in variably an area embracing the territories of three or more states The States are bound together by ties of common interests as well as of geography They are not necessarily contiguous or even in the same continent "- Palmer and Perkins .

17. "An international region consists of areas of number of countries which at least for one purpose distinguish it from other areas"-Schleicher

18. Regionalism is the concept of organising states of an area, of a similar needs, or with common perceptions regarding an issue or problem or goal and with a view of to seccure measures for securing the desired ojective/objectives

19. "A Regional System is a long term agreement between two or more states providing for common political, military or economic action in specific circumstances, provided the commitment extending to a defined areas or specific states." Haus & Whiting.

20. "A regional arrangement or pact is a voluntary association of sovereign states within a certain for a joint purpose, which should not be of an area or having cammon interests in that area affensive nature in relation to that area." -Dr. E.N. Van Kleffens :"regionalism and Political Pacts" in the American Journal of International Law (oct.49).

अध्याय–2

विश्व के क्षेत्रीय आर्थिक संगठन

आधुनिक औद्योगिक समाज एव आर्थिक विकास का आधार अन्तर्राष्ट्रीय (विदेश) व्यापार एव विपणन है। विदेश–व्यापार एव विपणन से विनिमय के दोनो पक्षो को लाभ होता है। इससे औसत उत्पादन लागत मे कमी करके लाभ प्राप्त किया जा सकता है। जिस प्रकार घरेलू बाजार मे विनिमय कार्य करके दोनो पक्षो (देशों) की जरूरतो को पूरा किया जाता है, विदेशी व्यापार एव विपणन–व्यवस्था से भी दो देशो के हितो की पूर्ति की जाती है।

विश्व मच पर विभिन्न देशो की अनेक समस्याए अन्तर्राष्ट्रीय सहयोग द्वारा हल की जा सकती हैं। इसी बात को ध्यान मे रखकर अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार एव/विपणन को प्रोत्साहित करने तथा उनसे सम्बन्धित समस्याओ को हल करने के लिए अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर अनेक सस्थाओ, सघो एव सगठनो का गठन किया गया है। इनमे अन्तर्राष्ट्रीय तरलता की समस्या एवं विश्व व्यापार के सन्दर्भ मे 'अन्तर्राष्ट्रीय मुद्रा कोष'[1] 'विश्व बैक'[2] 'प्रशुल्क एव व्यापार विषयक सामान्य समझौते, (गैट)[3]' 'व्यापार एव विकास विषयक सयुक्त राष्ट्र सम्मेलन (अकटाड)'[4] 'विश्व व्यापार सगठन'[5] आदि महत्वपूर्ण है। इनकी कार्यप्रणाली से प्रभावित होकर यूरोप, अमरीका, अफ्रीका, एशिया मे क्षेत्रीय स्तर के अनेक सस्थाओ, सघो, सगठनों एव गुटो की स्थापना हुई। यूरोपीय साझा बाजार,[6] अथवा यूरोपीय आर्थिक समुदाय,[7] यूरोपीय मुक्त व्यापार सघ,[8] यूरोपीय आर्थिक सहयोग एव विकास सगठन,[9] उत्तरी अमेरिका मुक्त व्यापार समझौता (नाफ्टा),[10] लैटिन अमेरिकी एकीकरण सघ,[11] पश्चिम अफ्रीकी देशो का आर्थिक समुदाय,[12] दक्षिणी–पूर्वी एशियाई राष्ट्रो का संघ (एसियान),[13] तथा दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन (सार्क)[14] आदि के नाम उल्लेखनीय हैं।

प्रस्तुत अध्याय–2 क्षेत्रीय स्तर पर बनाये गये इन्हीं सगठनो पर एक विहगम दृष्टि डालता हैं इस अध्याय के अनुभाग 2.1 में क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग की पृष्ठभूमि, अनुभाग 2.2 मे क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग का आशय, अनुभाग 2.3 में क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के प्रमुख वर्गीकरण एव अनुभाग 2.4 मे क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के मुख्य सगठनों पर, (1) यूरोपीय आर्थिक सहयोग संगठन (2) अमरीकी आर्थिक सहयोग संगठन (3) अफ्रीकी आर्थिक सहयोग सगठन तथा (4) एशियाई आर्थिक सहयोग

सगठन नामक शीषको मे विभक्त करके प्रकाश डाला गया है। अतिम अनुभाग 25 क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के उपागमो (एप्रोचेज) पर प्रकाश डालता है।

2.1 क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग की पृष्ठभूमि

क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग की पृष्ठभूमि निम्न दो बिन्दुओ पर आश्रित है

(1) **आर्थिक आकार को वृहद् बनाने के लिए राजनीतिक आर्थिक सहयोग आवश्यक**– वर्तमान समय मे उत्पादन का पैमाना काफी विस्तृत हो गया है। इसके फलस्वरूप उत्पादक इकाइयो की केवल बडे बाजारो की ही आवश्यकता नहीं है बल्कि क्रय शक्ति का वितरण इस प्रकार हो कि वृहद् स्तर पर वस्तुओ को बेचा जा सके। यदि कोई देश आकार एव जनसख्या की दृष्टि से छोटा है तो वह बडे पैमाने की बचते तभी प्राप्त कर सकता जब उसका बाजार देश की सीमाओ के बाहर अन्य देशो तक व्याप्त हो। यह तभी सम्भव है जब सभी पडोसी देश एक दूसरे का आर्थिक सहयोग करे।

आर्थिक शक्ति की प्राप्ति एव राजनीतिक श्रेष्ठता मे गहरा सम्बन्ध है। इस आधार पर विभिन्न देशो का आर्थिक आकार उनके परस्पर सहयोग राजनीतिक एव आर्थिक सहयोग पर निर्भर करता है। इस तरह का सहयोग आर्थिक आकार का कृत्य (फकशन) बन जाता है। साराश यह है कि आर्थिक आकार को वृहद् बनाने के लिए राजनीतिक आर्थिक सहयोग आवश्यक है।

(2) **विश्व मंच पर यूरोप का अनुभव**– विश्व युद्धो ने इस धारणा को जन्म दिया है कि 'सगठित यूरोप' के माध्यम से ही यूरोप मे शक्ति सन्तुलन विद्यमान रखा जा सकता हैं सम्भवत यह धारणा सोवियत रूस मे साम्यवाद की स्थापना तथा उसके द्वारा अन्तर्राष्ट्रीय साम्यवाद की वकालत की एक प्रक्रिया मात्र थी। यदि इस स्थित मे यूरोप के बिखरे हुए देश अलग–अलग रहते तो सम्भवत साम्यवादी शक्तिया उन पर प्रभावी (हावी) हो गयी होती। इसी परिस्थिति ने यूरोप के गैर साम्यवादी देशों (नान–कम्युनिष्ट कट्रीज) को सगठित होने के लिए विवश कर दिया।

द्वितीय विश्व युद्ध के पश्चात वृहद् यूरोप के लिए बढती हुई आवश्यकता वस्तुत राजनीतिक एव आर्थिक घटना चक्रों की उपज मात्र थी। यद्यपि सभी लोग जानते थे कि यूरोप के देशों का एकीकरण एक लम्बी प्रक्रिया है तथा इसमें अधिक समय लगेगा फिर भी इस दिशा मे प्रयास करना आवश्यक समझा गया। प्रारम्भ मे यह अनुमान था कि आर्थिक एकीकरण की प्रक्रिया मे राजनीतिक एकीकरण की अपेक्षा कम बाधाएं आयेगी, परन्तु धीरे–धीरे इस प्रक्रिया मे उपस्थित होने

वाली परिस्थितियो से यह स्पष्ट हो गया कि आर्थिक सहयोग वस्तुत राजनीतिक सहयोग से भी कठिन है। अत इसके लिए आवश्यक है कि आर्थिक सहयोग का दृष्टिकोण 'एक पक्षीय' न होकर 'बहुपक्षीय' हो तथा प्रत्येक देश अन्य सभी देशो की आकाक्षाओ को भी समझे और उन्हे सहयोग प्रदान करे। यूरोप मे ऐसा सम्भव होने के कारण ही अन्य क्षेत्रो की अपेक्षा वहॉ 'क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग' सफल हुआ।

2.2 क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग का आशय

क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग से आशय उन सस्थाओ, सघो एव सगठनो की सक्रिय भूमिका से है जो क्षेत्रीयतावाद की अवधारणा के अन्तर्गत आते है। इस सन्दर्भ मे 'क्षेत्रीय सगठन' शब्द का प्रयोग अधिक प्रचलन मे है किन्तु इसके लिए 'क्षेत्रीय प्रबन्ध' 'क्षेत्रीय व्यवस्था' क्षेत्रीय सघ, क्षेत्रीय समझौता, और सीमित अन्तर्राष्ट्रीय सगठन आदि शब्दो का भी प्रयोग किया है।

क्षेत्रीय सगठन ऐसे विभिन्न राज्यो का एक स्थायी अथवा दीर्घकालीन समूह सगठन है जो अपनी सादृश्यता, भौगोलिक समीपता, हितो की समानता (भाषाई, ऐतिहासिक, राजनीतिक, सास्कृतिक एव आर्थिक हितो की समानता) के कारण या फिर किसी झगडे को, जो उनके बीच पैदा हो जाता है, शान्तिपूर्ण ढग से सुलझाने के लिए अथवा अपने क्षेत्र मे शान्ति स्थापित करने के लिए सामूहिक रूप से उत्तरदायी होते हैं।

2.3 क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग का वर्गीकरण:

क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग को मुख्य रूप से पॉच भागो मे वर्गीकृत किया जाता है–

1. आर्थिक संघ*1

क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग का वर्गीकरण आर्थिक सहयोग की नियोजित सीमा पर आधारित है। जब कुछ देश पूर्ण रूप से अपनी अर्थव्यवस्थाओ को एकीकृत कर लेते हैं तो उसे 'आर्थिक संघ' की सज्ञा दी जाती है। आर्थिक सघ मे सदस्य देशो के मध्य पूॅजी, श्रम, वस्तुओ एव सेवाओ का राष्ट्रीय सीमाओं के बन्धनों के अतिरिक्त स्वतन्त्र रूप से आवागमन होता है। आर्थिक सघ के सभी सदस्य देशों की आर्थिक नीतियॉ, एकीकृत समरूप, एव सामूहिक रूप से निर्धारित की हुई होती है। 'यूरोपीयन साझा बाजार,' 'बेनेलेक्स,' आर्थिक सघ के प्रमुख उदाहरण है। बेनेलक्स में बेल्जियम,

*1. Economic Union

नीदरलैड्स, तथा लक्जमबर्ग को सम्मिलित किया गया है। वर्तमान समय मे 'यूरोपीय साझा बाजार' की सदस्य सख्या बढकर 'बारह' हो गयी है।

आर्थिक सघ इस सिद्धान्त पर आधारित है कि इसमे 'कस्टम यूनियन' के अतिरिक्त व्यक्तियो, वस्तुओ एव साधनो का स्वतन्त्र आवागमन, सामूहिक परिवहन सुविधाए, सामूहिक कृषि नीतिया, एकीकृत आर्थिक नीतिया, असन्तुलित भुगतान सन्तुलन मे सुधार करने हेतु सामूहिक उपायो को कार्यान्वित, सामूहिक आर्थिक विकास बैंक की स्थापना (यूरोपीयन विनियोग बैंक), प्रतियोगिता मे वृद्धि हेतु नियमो का निर्माण तथा श्रम की गतिशीलता एव रोजगार मे वृद्धि करने हेतु सामाजिक कोष की स्थापना आदि का समावेश किया गया है। वस्तुत आर्थिक सहयोग की पराकाष्ठा 'आर्थिक सघ' मे ही परिलक्षित होती है।

2 कस्टम यूनियन*1

कस्टम यूनियन के अन्तर्गत दो या अधिक कस्टम सीमाओ के स्थान पर एक कस्टम सीमा का निर्धारण किया जाता है। कस्टम यूनियन की स्थापना मुख्य रूप से निम्न दो उद्देश्यो से की गयी है–

(1) विदेशी व्यापार में विद्यमान प्रशुल्क दरो तथा अन्य नियमों को समाप्त करना:

कस्टम यूनियन के सदस्य देश एक दूसरे के साथ व्यापार करते समय अधिकाश वस्तुओ पर कोई 'प्रशुल्क' नहीं लगाते है। यह बात सदस्य देशों मे उत्पादित वस्तुओ के आवागमन पर ही लागू होती है।

(2) संघ के बाहर वाले देशों के साथ व्यापार करने पर समान दरों पर प्रशुल्क की वसूली कस्टम यूनियन की स्थापना इस उद्देश्य से किया गया है कि जो देश कस्टम यूनियन मे शामिल नहीं हैं उनसे आयातित वस्तुओं पर प्रशुल्क लिया जायेगा, किन्तु प्रशुल्क की दर सभी सदस्य समान रखेगें।

जे0 ई0 मीड के अनुसार– "कस्टम यूनियन एक ऐसा सगठन है जिसमे कस्टम देशो के बीच तो वस्तुओं व सेवाओं का पूर्ण रूप से स्वतन्त्र आवागमन होता है, किन्तु बाहरी जगत तथा यूनियन सदस्य देशों के बीच वस्तुओं व सेवाओ का व्यापार प्रशुल्क नीति के अधीन होता है।"

*1. Costem Union

जेकब वाइनर के अनुसार–"कस्टम यूनियन की स्थापना से दो प्रमुख प्रभावो की उत्पत्ति होती है, जिनकी व्याख्या निम्न है–

(क) उत्पादन प्रभाव

जेकब वाइनर के अनुसार इसके अन्तर्गत व्यापार–सृजन प्रभाव तथा व्यापार विवर्तन प्रभाव को सम्मिलित किया गया है। व्यापार सृजन के अन्तर्गत वे प्रभाव आते हैं जो सदस्य देशो द्वारा परस्पर व्यापार पर विद्यमान प्रशुल्क को समाप्त करने से उनके व्यापार मे हुई वृद्धि के रूप मे परिलक्षित होता है। व्यापार मे इस वृद्धि के फलस्वरूप ये सदस्य देश विशिष्टीकरण के लिए प्रवृत्त होगे तथा प्रत्येक देश अपने तुलनात्मक लाभ के अनुरूप विशिष्ट वस्तुओ का उत्पादन बढायेगा और इस प्रकार व्यापार मे वृद्धि के फलस्वरूप उत्पादन मे वृद्धि होगी। परन्तु जैकब वाइनर का यह भी कहना है कि परस्पर व्यापार मे प्रशुल्क समाप्ति के साथ ही कस्टम यूनियन अन्य देशो के व्यापार पर भारी आयात कर तथा प्रतिबन्ध लगाते है जिसके फलस्वरूप उनकी प्रतियोगितात्मक शक्ति क्षीण हो जाती है और आयातों मे कमी के कारण उनके निर्यात व्यापार मे भी कमी हो जाती है। यही कस्टम यूनियन का "व्यापार विवर्तन प्रभाव" है। अन्तत व्यापार सृजन तथा व्यापार विवर्तन का अन्तर ही 'कस्टम यूनियन' का शुद्ध प्रभाव कहलाता है।

(ख) उपभोग प्रभाव

कस्टम यूनियन का सदस्य देशो के लोगो के उपभोग पर अनुकूल प्रभाव पडता है क्योकि पारस्परिक व्यापार में विद्यमान प्रशुल्क दरों के समाप्त हो जाने के कारण वस्तुओ की कीमते कम हो जाती है। इसके विपरीत दूसरे देशों से आयातित वस्तुए या तो ऊँची दरो के कारण महगी हो जायेगी अथवा उनका आयात बन्द हो जायेगा जिसका उपभोग पर प्रतिकूल प्रभाव पडेगा। इसके अतिरिक्त कस्टम यूनियन के अन्य प्रभाव निम्नवत हैं–

1 सदस्य देशों के बीच स्वतन्त्र व्यापार के फलस्वरूप प्रत्येक उत्पादक इकाई को अन्य सदस्य देशों के उत्पादकों से स्पर्द्धा करनी होगी जिससे सभी की दक्षता मे वृद्धि होगी।

2. सदस्य देशों की इकाइयों द्वारा क्षमता मे विस्तार करने से उन्हे पैमाने की बचते प्राप्त होगी।

3. स्पर्द्धा में वृद्धि के साथ उत्पादक इकाइयों द्वारा शोध तथा आविष्कार की प्रवृत्ति मे वृद्धि होगी।

4. अन्य देशों की तुलना मे कस्टम यूनियन के व्यापार करने की क्षमता काफी सुदृढ होगी,

जिसके कारण ये विदेशी व्यापार मे अन्य देशो को अपनी शर्ते मानने के लिए बाध्य कर देगे।

5 यदि कस्टम यूनियन के सदस्य देश समृद्ध एव विकसित है तो निश्चित रूप से उनके परस्पर सहयोग से सदस्य देशो एव उनसे सम्बन्धित अन्य देशो को लाभ मिलेगा। इसके साथ ही साथ शीत–युद्ध मे कमी एव विश्व शान्ति का मार्ग प्रशस्त होगा।

6 कस्टम यूनियन के सदस्य देशो मे व्यापार के साथ राष्ट्रीय आय, निवेश, रोजगार आदि मे वृद्धि होगी।

कस्टम यूनियन का सबसे प्रमुख एव शक्तिशाली उदाहरण "यूरोपीय साझा बाजार" है जो एक ओर समवेत नीतिया बनाकर उन्हे लागू करने मे सफल नहीं हो पाया है दूसरी ओर विकासशील देशो पर इस यूनियन का अनावश्यक दबाव बढता जा रहा है।

इससे स्पष्ट है कि आर्थिक एकीकरण, आर्थिक सघ की तुलना मे कस्टम यूनियन के अन्तर्गत कमजोर होता है। कस्टम यूनियन मे केवल सदस्य देशो के पारस्परिक व्यापार क्षेत्र मे प्रशुल्क दरो को समाप्त किया जाता है, किन्तु पूँजी श्रम व सेवाओ का स्वतन्त्र आवागमन नही होता है।

3. मुक्त व्यापार क्षेत्र*1

मुक्त व्यापार क्षेत्र, आर्थिक यूनियन एव कस्टम यूनियन से भिन्न होता है क्योकि इसके अन्तर्गत देश मे उत्पादित वस्तुओ का दो या दो से अधिक देशो के बीच होने वाले परस्पर समस्त व्यापार को प्रशुल्क दरो से मुक्त कर दिया जाता है, लेकिन कस्टम यूनियन के अन्तर्गत यूनियन से बाहर के देशो के साथ–साथ होने वाले व्यापार के लिए सभी सदस्य देश समान प्रशुल्क दर अपनाते है, जबकि मुक्त व्यापार क्षेत्र मे प्रत्येक सदस्य देश, बाहरी देशो के साथ व्यापार के लिए अपनी इच्छानुसार प्रशुल्क नीति अपनाते हैं। यूरोपीयन मुक्त व्यापार सघ,*2 लैटिन अमरीकी व्यापार सघ*3 इसके प्रमुख उदाहरण है।

अत स्पष्ट है कि मुक्त व्यापार क्षेत्र सदस्य देशो के लिए सुविधाजनक है क्योकि सदस्य देश परस्पर स्वतन्त्र व्यापार करते है किन्तु बाहरी देशो के लिए अपनी इच्छानुसार प्रशुल्क दरे एव

*1. Free Trade Area
*2. European Free Trade Association - 'EFTA'
*3. Latin American Free Trade Assocition - 'LAFTA'

व्यापार नीतिया लागू करने के लिए स्वतन्त्र होते हैं। इस प्रकार आपस मे साझा बाजार का लाभ उठाते हुए भी वे किसी सीमा तक स्वतन्त्र व्यापार नीति लागू कर सकते है।

4 आशिक आर्थिक एकीकरण

जब एक वस्तु अथवा वस्तुओ के समूहो के विषय मे साझा बाजार स्थापित किया जाता है तो उसे आशिक अथवा 'क्षेत्रीय आर्थिक एकीकरण' कहते हैं। 'यूरोपीयन कोयला तथा इस्पात समुदाय' इसका प्रमुख उदाहरण है। क्षेत्रीय आर्थिक एकीकरण के अन्तर्गत सम्बद्ध वस्तु अथवा वस्तुओ के आयात तथा निर्यात पर कोई प्रशुल्क नही लगाया जाता और न ही किसी प्रकार के 'अभ्यश' प्रतिबन्ध, भेदभावपूर्ण नीतिया, अनुदान अथवा राजकोषीय सहायता अथवा प्रतियोगिता रोकने वाले उपायो जैसे बाजार का विभाजन आदि का कोई अस्तित्व रहता है।

5. दीर्घकालीन व्यापार अनुबन्ध

दीर्घकालीन व्यापार अनुबन्ध भी एक प्रकार का द्विपक्षीय क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग संगठन है। इसके अन्तर्गत दो देश एक या एक से अधिक वस्तुओ के सन्दर्भ मे व्यापार करने के लिए सहमत होते हैं। यह आर्थिक सहयोग की सबसे शिथिल विधि है। प्राय दीर्घकालीन अनुबन्ध एक वर्ष से अधिक समय के लिए किया जाता है। जैसे भारत ने जापान के साथ पॉच वर्ष की अवधि के लिए कच्चे लोहे की पूर्ति हेतु एक अनुबन्ध किया था। इस प्रकार के अनुबन्ध द्वारा निर्दिष्ट मूल्यो पर निर्दिष्ट मात्रा मे वस्तु विशेष का निर्यात करना सम्भव हो जाता है। जिससे भुगतान सन्तुलन मे एक प्रकार की स्थिरता आ जाती है। इसके अतिरिक्त भविष्य मे निर्यात आय की निश्चितता हो जाती है जिससे देश की सरकार अग्रिम योजनाए बना सकती है। इसके विपरीत कभी–कभी इससे अनुबन्ध करने वाला कोई एक देश वस्तु विशेष के मूल्य में होने वाले उतार–चढाव से लाभ उठाने से वचित हो जाता है।

2.4 क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के संगठन

क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के प्रमुख संगठन निम्न हैं–

I यूरोपीय आर्थिक सहयोग संगठनः

यूरोपीय देशों के आर्थिक सहयोग के प्रमुख संगठनो का सक्षिप्त विवरण निम्नवत है–

(1) यूरोपीय आर्थिक समुदाय*[1]

इसे यूरोपीय साझा बाजार*[2] भी कहते हैं। यूरोपीयन आर्थिक समुदाय का जन्म यूरोप के

देशो मे एकता स्थापित करने की इच्छा के फलस्वरूप हुआ था। 'लीग ऑफ नेशन्स,' यूरोपीय कोयला तथा इस्पात समुदाय (1952), 'यूरोपीयन अणुशक्ति समुदाय' तथा रोमसन्धि आदि की सफलता से प्रेरित होकर 'आर्थिक क्षेत्र' मे भी एकता प्राप्त करने के उद्देश्य से 'यूरोपीयन आर्थिक समुदाय' की स्थापना की गयी। यह समुदाय 1958 से कार्य कर रहा है। वर्तमान समय मे यूरोपीय आर्थिक समुदाय के सदस्यो की सख्या पन्द्रह (15) है। इसके सदस्य देश फ्रान्स, जर्मनी, इटली, बेल्जियम नीदरलैण्ड्स, लक्जेम्बर्ग, इग्लैण्ड, डेनमार्क, नार्वे, ग्रीस, स्पेन, पुर्तगाल, आस्ट्रिया, फिनलैण्ड तथा स्वीडन हैं। इसका मुख्यालय 'ब्रुसेल्स' (वेल्जियम) मे हैं।

यूरोपीय आर्थिक समुदाय का उद्देश्य सम्पूर्ण समुदाय की आर्थिक क्रियाओ मे एक रूप विकास समन्वय, सन्तुलित विस्तार, आर्थिक स्थिरता सहित आर्थिक विकास तथा रहन–सहन के स्तर मे तीव्र गति से वृद्धि करना है।

यूरोपीय आर्थिक समुदाय अब एक पूर्ण सीमा सघ बन चुका है। सदस्य देशो के मध्य होने वाले व्यापार पर सीमा शुल्क पूर्ण रूप से समाप्त हो गया है तथा बाहरी देशो के आयातो पर सामान्य प्रशुल्क की दीवार खडी कर दी गयी है। इसके साथ–साथ साझा बाजार के उद्देश्यो की प्राप्ति हेतु 'यूरोपीय सामाजिक कोष' एव 'यूरोपीय निवेश कोष' की भी स्थापना की गयी है। इन कोषो की सहायता से यूरोपीय आर्थिक समुदाय के उद्देश्यो की प्राप्ति मे अवश्य ही मदद मिलेगी।

यूरोपीय साझा बाजार अथवा यूरोपीय समुदाय एवं विकासशील राष्ट्र

यूरोपीय साझा बाजार ने विकासशील देशो की सहायता करने के लिए 'ब्रूसेल्स सम्मेलन' मे निम्न दो प्रस्ताव पारित किये– (1) विकासशील देशो को आर्थिक सहायता प्रदान करना तथा (2) विकासशील देशों को तकनीकी सहायता प्रदान करके आवश्यकता की सस्ती वस्तुए प्रदान करना । इसी क्रम मे व्यापार विस्तार की दृष्टि से 'भारत व साझा बाजार' के मध्य अनेक समझौते हुए। इन समझौतों के फलस्वरूप साझा बाजार और भारत के आर्थिक सम्बन्धों मे महत्वपूर्ण विकास हुआ है। इस सम्बन्ध में 1980 में निम्न विकासात्मक कदम उठाये गये–

1. भारत सरकार यूरोपीय आयोग के साझे मे फरवरी 1980 मे ब्रूसेल्स मे भारत व्यापार केन्द्र की स्थापना की गयी। इस केन्द्र मे जूट निर्मित वस्तुए, इलेक्ट्रानिक उत्पाद, इजीनियरिंग–

*1. European Economic Community - E.E.C
*2. European Common Market - E.C.M

सूती कपडे, चर्म निर्मित वस्तुओ के निर्यात से सम्बन्धित पॉच विशेषज्ञो की नियुक्ति से भारत के व्यापार सम्बर्द्धन का कार्यक्रम अधिक मजबूत हुआ है।

2 यूरोपीय साझा बाजार द्वारा प्रतिवर्ष 4 लाख डालर की वित्तीय सहायता व्यापार सम्बर्द्धन के लिए प्रदान किया जाता है जिसका उपभोग भारत व यूरोप के बीच विशिष्ट व्यापार मेलो के आयोजन के लिए किया जाता है।

3 यूरोपीय साझा बाजार के द्वारा सेमिनार व व्यापार सम्मेलन आयोजित किये जाते हैं। इन सेमिनार एव व्यापार सम्मेलनो मे भाग लेने वाली भारत की विभिन्न फर्मो ने अनेक अनुबन्ध किये है।

4 यूरोपीय आर्थिक समुदाय, आर्थिक विकास के विभिन्न कार्यक्रमो के लिए वित्तीय सहायता प्रदान करता है। इस सहायता का अधिकाश भाग नवप्रवर्तन कार्यक्रमो पर व्यय किया जाता है।

5 खाद्य सहायता के अन्तर्गत 'आपरेशन फ्लड–द्वितीय' के लिए 45 मिलियन डालर को दूध का पाउडर तथा मक्खन तेल, साझा बाजार प्रतिवर्ष प्रदान करता है।

इसके बावजूद भी यूरोपीय साझा बाजार व भारत के व्यापारिक सम्बन्धो मे उल्लेखनीय प्रगति नहीं हुई है। अभी भी भारत और यूरोपीय साझा बाजार के मध्य कुल व्यापार का 1% से भी कम व्यापार होता है।

(2) यूरोपीय मुक्त व्यापार संघ

यूरोपीय मुक्त व्यापार सघ*1 की स्थापना स्टॉकहोम मे सात देशो द्वारा मई 1960 मे की गयी। ये सात देश है– ब्रिटेन, आस्ट्रिया, डेनमार्क, नार्वे, स्वीडन, स्वीटजरलैण्ड तथा पुर्तगाल, इसकी स्थापना यूरोपीय आर्थिक समुदाय के पैटर्न पर की गयी थी तथा इसके उद्देश्य भी उसी से मिलते–जुलते है। इन सात देशो को 'आउटर सेविन' तथा यूरोपीय आर्थिक समुदाय के तत्कालीन छः सदस्य देशों को "इनर सिक्स" के नाम से जाना जाता था। जिसका उद्देश्य सदस्य देशो मे परस्पर व्यापार के लिए 'कस्टम ड्यूटी' तथा अन्य करों में धीरे धीरे कटौती करना था। 31 दिसम्बर 1966 तक लगभग सभी प्रशुल्क समाप्त करके इसके मुख्य उद्देश्य को प्राप्त कर लिया गया। इसका द्वितीय

*1. European Free Trade Association - 'EFTA'

उद्देश्य पश्चिमी यूरोप मे एक बाजार की स्थापना करना था, जो कि 1972 मे यूरोपीय आर्थिक समुदाय से समझौते के द्वारा प्राप्त कर लिया गया तथा तीसरा उद्देश्य विश्व व्यापार को बढावा देना था। 'यूरोपीय मुक्त व्यापार सघ' का मुख्यालय 'जेनेवा' मे है।

(3) यूरोपीय आर्थिक सहयोग एव विकास सगठन

द्वितीय विश्व युद्ध के बाद यूरोपीय देशो की अर्थव्यवस्था क्षीण हो गयी। सन् 1948 मे अमेरीकी मन्त्री मार्शल द्वारा प्रस्तावित योजना के प्रत्युत्तर मे पेरिस मे यूरोपीय देशो का सम्मेलन बुलाया गया और यूरोपीय आर्थिक सहयोग सगठन का निमार्ण किया गया। 30 सितम्बर 1961 को इसका नाम बदलकर आर्थिक सहयोग एव विकास सगठन" कर दिया गया।

इसका उद्देश्य सदस्य देशो मे परस्पर आर्थिक एव सामाजिक कल्याण के लिए नीतियो का समन्वय करना तथा इसके सदस्यो को विकासशील देशो के कल्याण के लिए, कार्य करने के लिए प्रेरित करना है।

इसके सदस्य देश आस्ट्रेलिया, आस्ट्रिया, बेल्जियम, कनाडा, डेनमार्क, जर्मनी फिनलैण्ड, फ्रान्स, ग्रीस, आइसलैण्ड, आयरलैण्ड, इटली, जापान, लक्जेम्बर्ग नीदरलैण्डस, न्यूजीलैण्ड, नार्वे, पुर्तगाल, स्पेन, स्वीडन, स्वीटजरलैण्ड, टर्की, यू0 के0 तथा सयुक्त राज्य अमेरिका, हैं। इसका मुख्यालय पेरिस (फ्रान्स) मे है।

(4) यूरोपीय आर्थिक क्षेत्र

यूरोपीय आर्थिक क्षेत्र जनवरी 1995 में अस्तित्व मे आया। 'यूरोपीय मुक्त व्यापार सघ' तथा 'यूरोपीयन यूनियन' के विलय की दिशा मे यह पहला कदम है। यूरोपीय आर्थिक क्षेत्र के गठन से सम्बन्धित सधि को उक्त दोनो सगठनो ने अक्टूबर 1991 मे स्वीकृति प्रदान कर दी गयी थी।

II अमेरिकी आर्थिक सहयोग संगठन

अमेरिकी देशो के आर्थिक सहयोग के प्रमुख सगठनो का सक्षिप्त विवरण निम्न है–

(1) उत्तरी अमेरिका मुक्त व्यापार समझौता–नाफ्टा

12 अगस्त 1992 को सयुक्त राज्य अमेरिका, कनाडा तथा मैक्सिको के मध्य एक त्रिपक्षीय समझौता हुआ जिसमें उत्तरी अमेरिका महाद्वीप को एक 'मुक्त व्यापार क्षेत्र' घोषित करने का निर्णय लिया गया। यही समझौता "उत्तरी अमेरिका मुक्त व्यापार समझौता–" 'नाफ्टा' के नाम से

जाना जाता है। इस सगठन की स्थापना मे अमेरिका की प्रमुख भूमिका रही है। यह समझौता 1 जनवरी 1994 से अमेरिका, कनाडा, तथा मैक्सिको के बीच कार्य कर रहा है।

उत्तरी अमेरिका मुक्त व्यापार समझौता – 'नाफ्टा'*[1] का प्रमुख उद्देश्य अपने सदस्य देशो के मध्य 'मुक्त व्यापार' की मात्रा मे वृद्धि करना है। इसके लिए 'क्षेत्रीय मूल के नियम' का प्रतिपादन किया गया है। इस नियम के अनुसार किसी क्षेत्र विशेष के आर्थिक ससाधनो का प्रयोग उस क्षेत्र के व्यक्तियो के आर्थिक विकास के लिए ही किया जायेगा। अर्थात इस नियम की सहायता से उत्तरी अमेरिका महाद्वीप के आर्थिक ससाधनो का उपयोग साझा रूप से इस क्षेत्र के लिए बेहतर ढग से किया जा सकता है।

इस सगठन के सदस्य देशो की कुल जनसख्या 384 4 मिलियन है, जो यूरोपीय आर्थिक समुदाय के बारह देशो की कुल जनसख्या से भी अधिक है। इसी प्रकार 'नाफ्टा' के सदस्य देशो की सकल राष्ट्रीय आय विश्व की सकल राष्ट्रीय आय का लगभग 28% है, जो विश्व मे यूरोपीय आर्थिक समुदाय के सकल राष्ट्रीय आय के अनुपात से अधिक है। 1995 मे नाफ्टा के सदस्य देशो का कुल निर्यात 856 4 मिलियन डालर तथा आयात 1011 5 मिलियन डालर था, जो विश्व के कुल निर्यातो एव आयातो का क्रमश 16 6% तथा 19 3% था। इस प्रकार स्पष्ट है कि यूरोपीय आर्थिक समुदाय की तुलना में 'नाफ्टा' एक शक्तिशाली संगठन है।

(2) लैटिन अमेरिकी आर्थिक व्यवस्था

लैटिन अमेरिकी आर्थिक व्यवस्था का गठन 1975 मे किया गया। वर्तमान मे 25 लैटिन अमेरिकी एव कैरेबियाई देश इस सगठन के सदस्य है। यह क्षेत्रीय एव क्षेत्रीय सीमा से परे आर्थिक एव सामाजिक हितो के मामलों मे विचार–विमर्श, समन्वय, सहयोग एव सवर्द्धन करता है। इसका मुख्यालय 'काराकास' (बेनेजुएला) में स्थित है।

(3) लैटिन अमेरिकी एकीकरण संघ

लैटिन अमेरिकी एकीकरण सघ की स्थापना 1 जनवरी 1988 को किया गया। इस संगठन का मुख्य उद्देश्य सदस्य राष्ट्रो मे आपसी व्यापार एव क्षेत्रीय एकीकरण को बढावा देना है। अर्जेटीना, बोलीबिया, ब्राजील, चिली कोलम्बिया, इक्वाडोर, मेक्सिको, पराग्वे, पेरू ऊरूग्वे एवं

*1. North American Pree Trade Agreement - 'NAFTA'

बेनेजुएला इसके सदस्य है। लैटिन अमेरिकी एकीकरण सघ का मुख्यालय 'मोटेवीडियो' (ऊरूग्वे) मे स्थित है।

(4) पान अमेरिका व्यापार समझौता

विश्व के विभिन्न क्षेत्रो को स्वतन्त्र व्यापार क्षेत्र बनाने के प्रयास किये जा रहे है। यूरोपीय साझा बाजार व उत्तरी अमरीकन मुक्त व्यापार समझौता – 'साफ्टा' की सफलता के बाद "एशिया प्रशान्त आर्थिक सहयोग – एपेक" राष्ट्रो ने बेगार शिखर सम्मेलन मे सम्पूर्ण एशिया प्रशान्त क्षेत्र को 2020 तक स्वतन्त्र व्यापार क्षेत्र घोषित करने का निर्णय नवम्बर 1994 मे किया। इसी परिप्रेक्ष्य मे समूचे अमरीकी क्षेत्र को स्वतन्त्र व्यापार क्षेत्र बनाने का भी एक समझौता दिसम्बर 1994 मे 'मियामी' मे सम्पन्न हुआ। उत्तरी, दक्षिणी व मध्य अमेरिका के 34 देशो के दिसम्बर 1994 मे सम्पन्न हुए शिखर सम्मेलन मे इस पश्चिमी गोलार्द्ध को सन् 2005 तक स्वतन्त्र व्यापार क्षेत्र बनाने का निर्णय लिया गया। अमेरिकी राष्ट्रपति 'बिल क्लिटन' ने इसे एक ऐतिहासिक समझौता बताया है। श्री क्लिटन ने कहा समझौते के परिणामस्वरूप अधिक आय तथा अधिक रोजगार के अवसर लोगो को प्राप्त हो सकेगे।

III अफ्रीकी आर्थिक सहयोग संगठन

अफ्रीकी देशो के आर्थिक सहयोग के प्रमुख सगठनो का सक्षिप्त विवरण निम्न हैं–

(1) पश्चिमी अफ्रीकी देशो का आर्थिक समुदाय

'पश्चिमी अफ्रीकी देशो के आर्थिक समुदाय' का गठन 1975 मे लागोस सधि के तहत किया गया। इस सगठन का उद्देश्य सदस्य देशो मे सामाजिक, सास्कृतिक एव आर्थिक सहयोग व विकास को बढावा देना है। लागोस (नाइजीरिया) स्थित मुख्यालय वाले इस सगठन के सदस्य देशो मे बेनिन, बुर्किना, फास्सो, के पवर्दीगाबिया, घाना, गिनी, गिनी बिसाऊ, आइवरी कोस्ट, लाइबेरिया, माली, मारितानिया, नाइजर, नाइजीरिया सेनेगल, सियरा लियोन एवं टैगो है।

(2) पूर्वी एवं दक्षिणी अफ्रीका का साझा बाजार

दक्षिणी अफ्रीका के 12 देशो द्वारा 5 नवम्बर 1993 को कम्पाला (उगांडा) मे इस साझा बाजार के गठन के उद्देश्य से एक सधि पर हस्ताक्षर किये। इस सन्धि का मुख्य उद्देश्य 32 करोड अफ्रीकी लोगों, का साझा बाजार बनाना है, जिनका सकल घरेलू उत्पाद 124 अरब डालर है।

IV एशियाई आर्थिक सहयोग संगठन

एशियाई देशो के आर्थिक सहयोग के प्रमुख सगठनो का सक्षिप्त विवरण निम्न हैं–

(1) पेट्रोलियम निर्यातक देशो का सगठन – ओपेक

पेट्रोलियम निर्यातक देशो के सगठन–ओपेक*[1] की स्थापना 'बगदाद' मे सन् 1960 मे किया गया। ईरान, इराक, कुवैत, सऊदी अरब तथा वेनेजुएला इसके सस्थापक सदस्य देश हैं।

इस सगठन का मुख्य उद्देश्य खनिज तेल के उत्पादन व इसकी कीमत को नियन्त्रित करके पेट्रोलियम निर्यात करने वाले देशो के हितो का उन्नयन करना है। इसके अन्तर्गत तेल की कीमतो को स्थिरता प्रदान करना, तेल की अधिक कीमत प्राप्त करना तथा समय–समय पर उनके हित सम्बर्द्धन के लिए नीति निर्धारण करना है। इसकी सदस्यता उन देशो के लिए है, जो पर्याप्त मात्रा मे अशोधित तेल निर्यात करते है तथा जिनके हित इन देशो के हितो से मिलते–जुलते हैं।

वर्ष 1998 मे इसके सदस्यो की सख्या–11 हो गयी। जिसमे अलजीयिा, इण्डोनेशिया, ईरान, इराक, कुबैत, लीबिया, नाइजीरिया, कतर, सऊदी अरब, यूनाइटेड अरब अमीरात, तथा वेने जुएला आते हैं। इसका मुख्यालय 'वियना' (आस्ट्रिया) मे है। अनुमान है कि 'ओपेक' देशो द्वारा विश्व का लगभग 75% पेट्रोल उत्पन्न किया जाता है।

29–30 नवम्बर 1997 को जकार्ता में सम्पन्न हुए 'ओपेक देशों' की बैठक मे खनिज तेल के उत्पादन की 25 033 मिलियन बैरल प्रतिदिन की सीमा को बढाकर 27 5 मिलियन बैरल प्रतिदिन करने पर सहमति व्यक्त की गयी। इसके लिए 'ओपेक' के 11 देशो के कोटे मे 1 जनवरी 1998 से वृद्धि की गयी है।

सन् 1990 में कुवैत पर इराकी हमले के विरोध में इराक पर सयुक्त राष्ट्र सघ के प्रतिबन्धो के चलते इराक पिछले छः वर्षो से तेल निर्यात नहीं कर पा रहा था, किन्तु अब 'आयल फॉर–फूड' समझौते के अन्तर्गत सयुक्तराष्ट्र सघ ने इराक को छ महीने मे दो अरब डॉलर के तेल के निर्यात की अनुमति प्रदान कर दी है। 4 दिसम्बर 1997 को इस समझौते की पुन छ महीने के लिए बढा दिया गया, 2.14 अरब डालर के तेल के निर्यात की अनुमति प्रदान कर दी गयी। हाल ही मे इस राशि को बढाकर 5.2 अरब डॉलर कर दिया गया है। इराक को तेल बेचने की सयुक्त राष्ट्र सघ से

*1. Organisation of the Petroleum Exporting Countries-'OPEC'

अनुमति मिल जाने के परिप्रेक्ष्य मे ही 'ओपेक' अभी खनिज तेल के उत्पादन को सीमित रखना चाहता है, ताकि अन्तर्राष्ट्रीय बाजार मे तेल की कीमत न हो सके।

(2) एशियाई विकास बैंक*1

एशियाई देशो के आर्थिक विकास के लिए दिसम्बर 1966 मे 'एशियाई विकास बैंक की स्थापना की गयी। जो 1 जनवरी 1967 से कार्य करना भी प्रारम्भ कर दिया है। इस बैक का मुख्यालय फिलीपीन्स की राजधानी 'मनीला' मे है। इस बैंक ने अपना आवासीय कार्यालय नई दिल्ली (भारत) मे स्थापित किया है जो 10 दिसम्बर 1993 से कार्य कर रहा है।

एशियाई देशो को रियायती व्याज दर पर ऋण देने के लिए एशियाई विकास बैंक ने 1974 मे 'एशियाई विकास कोष' की स्थापना की है। इस कोष को सर्वाधिक ऋण अमेरिका से प्राप्त होता है। एशियाई विकास बैंक ने 1993 तक भारत को 5258 बिलियन डालर के ऋण एव निवेश प्रदान किये थे। बैक द्वारा अपने ऋणो पर व्याज की दरो मे वर्ष मे दो बार (जनवरी तथा जुलाई में) सशोधन किया जाता है।

एशियाई विकास बैंक के उद्देश्य

एशियाई विकास बैंक के प्रमुख उद्देश्य निम्नलिखित हैं–

1 एशियाई देशो के तीव्र आर्थिक विकास के लिए पूँजी के विनियोग को प्रोत्साहित करना।

2 क्षेत्र मे सन्तुलित विकास के लिए सतत् प्रयास करना।

3 सदस्य देशो की विकास नीतियो एव योजनाओ के मध्य समन्वय स्थापित करना जिससे उनके विदेशी व्यापार का उपयुक्त प्रसार हो सके।

4 सदस्य देशो को आर्थिक विकास हेतु तकनीकी सहायता प्रदान करना।

5 एशियाई क्षेत्र के विकास के लिए योजना बनाना तथा योजनाओं को पूरा करने के लिए ससाधनों की व्यवस्था करना।

*1. Asian Development Bank-'ADB'

(3) दक्षिण–पूर्वी एशिया के देशो का सगठन–आसियान*1

जिस प्रकार दक्षिणी पूर्वी एशिया सन्धि सगठन 'सीटो' की रचना 'उत्तरी अटलाटिक सन्धि सगठन'–'नाटो' के नमूने पर की गयी थी उसी प्रकार 'दक्षिणी पूर्वी एशिया के देशो के सगठन–'आसियान' की रचना यूरोपीय आर्थिक समुदाय के नमूने पर किया गया है। इसकी स्थापना अगस्त 1967 मे हुई। आसियान के सस्थापक सदस्य देश है–इण्डोनेशिया, मलेशिया, फिलीपाइन्स, सिगापुर, एव थाइलैण्ड। सन् 1984 मे 'बुनेई' भी आसियान की सदस्यता ग्रहण कर लिया।

वस्तुत आसियान, दक्षिण पूर्वी एशियाई सघ का एक परिवर्तित रूप है, जिसका उद्देश्य दक्षिणी पूर्वी एशिया के देशो मे आर्थिक विकास सामाजिक प्रगति और सास्कृतिक उन्नति की गति को तीव्रतम करना, आर्थिक, सामाजिक, सास्कृतिक, वैज्ञानिक ओर प्रशासनिक क्षेत्रो मे सक्रिय सहयोग और पारस्परिक सहायता को बढावा देना एव प्रादेशिक शान्ति एव सस्थापित करना प्रमुख है।

आशियान का केन्द्रीय सचिवालय 'इण्डोनेशिया' की राजधानी 'जकार्ता' मे है। इसका अध्यक्ष एव एक महासचिव होता है। यह पद वर्षानुक्रम से तीन–तीन वर्ष के लिए सदस्य देशो मे घूमता रहता है।

(4) एशियाई क्लीयरिंग यूनियन

एशियाई क्लीयरिंग यूनियन की स्थापना 1975 मे हुई थी। इस सघ के स्थापना के समय भारत, पाकिस्तान, बागला देश, नेपाल, श्रीलका व ईरान ही इसके सदस्य थे, किन्तु 1977 मे 'बर्मा' ने भी इसकी सदस्यता ग्रहण कर ली। 'एशियाई क्लीयरिंग यूनियन' का मुख्यालय 'तेहरान' मे है।

इस समाशोधन सघ का प्रमुख उद्देश्य सदस्य देशो के व्यापार सम्बन्धी भुगतान की समस्याओ को स्थानीय मुद्रा के माध्यम से हल करना था जिससे विदेशी मुद्रा भण्डार पर अधिक दबाव न पडे।

(5) एशिया प्रशान्त आर्थिक सहयोग–'एपेक'

'यूरोपीय आर्थिक समुदाय' तथा 'उत्तरी अमेरिका मुक्त व्यापार समझौता' 'नाफ्टा' के पश्चात् 'एशिया प्रशान्त आर्थिक सहयोग[2] 'एपेक'*2 विश्व के एक बडे व्यापारिक सगठन के रूप मे उभर कर सामने आया है। इस सगठन की स्थापना 1989 मे हुई थी। हिमालय से एण्डीज व

*1. Association of South-Est Asian Countries-'ASEAN'
*2. Asia Pacific Economic Co-operation-'APEC'

न्यूजीलैण्ड से कनाडा तक विस्तृत क्षेत्र मे फैले विश्व की बडी एव विस्तारोन्मुख अर्थव्यवस्था वाले प्रमुख देश इसके सदस्य हैं। प्रारम्भ मे एशिया प्रशान्त आर्थिक सहयोग की सदस्य सख्या अठ्ठारह (18) थी जो वर्तमान समय मे बढकर 21 हो गयी है। ये सदस्य देश हैं– अमेरिका, आस्ट्रेलिया, कनाडा, मैक्सिको, जापान, चीन, हागकाग, ताइवान, दक्षिणी कोरिया, इण्डोनेसिया, ब्रुनेई, फिलीपीन्स, सिगापुर मलेशिया, थाईलैण्ड, पपुआन्यूगिनी, न्यूजीलैण्ड, चिली, वियतनाम, रूस तथा पेरू। भारत ने भी एशिया प्रशान्त आर्थिक सहयोग की सदस्यता ग्रहण करने का दावा किया है किन्तु अभी तक भारत इसकी सदस्यता प्राप्त नहीं कर सका है।

एशिया प्रशान्त आर्थिक सहयोग 'एपेक' के अब तक कुल पॉच शिखर सम्मेलन सम्पन्न हो चुके है। इस सगठन के चौथे शिखर सम्मेलन, फिलीपीन्स मे एशिया प्रशान्त आर्थिक सहयोग को सन् 2020 तक विश्व का सबसे बडा मुक्त व्यापार क्षेत्र बनाने की घोषणा की गयी है। और इसकी सफलता के लिए 1 जनवरी 1997 से व्यापार अवरोधों को हटाने का कार्य भी प्रारम्भ कर दिया गया है।

एशिया प्रशान्त आर्थिक सहयोग के देशो का सयुक्त व्यापार विश्व के कुल व्यापार का 40% से भी अधिक है। यूरोपीय आर्थिक समुदाय तथा उत्तरी अमेरिका मुक्त व्यापार समझौता की भॉति एशिया प्रशान्त आर्थिक सहयोग को भी एक स्वतन्त्र व्यापार क्षेत्र के रूप मे विकसित करने के लिए सदस्य देश प्रयत्नशील है।

(6) एशिया यूरोप मिटिंग–'एसेम'*1

यूरोपीय सघ के पन्द्रह तथा 'दक्षिण पूर्वी एशियाई राष्ट्रो का संघ'–'आसियान' के सात देशो के साथ–साथ जापान, दक्षिण कोरिया व चीन को शामिल करते हुए एशिया और यूरोप के 25 राष्ट्रो की बैठक 'एशिया–यूरोप मिटिग' ने मोटे तौर पर दोनो महाद्वीपो के एक सयुक्त अनौपचारिक सगठन का ही रूप ले लिया। इन पच्चीस एशियाई व यूरोपीय देशो की पहली शिखर बैठक मार्च 1996 के प्रथम सप्ताह में थाईलैण्ड की राजधानी 'बैकांक' में सम्पन्न हुई। इसमे दस एशियाई देशो के अतिरिक्त यूरोप के तेरह देशों ने भी भाग लिया।

यद्यपि एशिया यूरोप मिटिग के एक औपचारिक सगठन के रूप मे गठन की घोषणा अभी नहीं की गयी है तथापि इसके एशियाई तथा यूरोपीय देशों के बीच एक व्यापारिक सगठन की भॉति ही क्रियाशील हो जाने की सम्भावना है।

*1. Asia Europe Meeting - 'ASEM'

(7). बागलादेश–भारत, श्रीलका, थाइलैण्ड इकोनामिक को आपरेशन–'बिस्टेक'*[1]

एशियाई देशो का यह नवीन सगठन–'बिस्टेक' 6 जून 1997 को उभरकर सामने आया। भारत सहित एशिया के चार देशो ने क्षेत्रीय सहयोग के लिए इसका गठन किया है। भारत के अतिरिक्त अन्य सदस्य देश श्रीलका, बागलादेश एव थाइलैण्ड हैं। सदस्य देशो के नाम के आधार पर ही इस सगठन का नाम 'बिस्टेक' रखा गया है। किन्तु अब वर्मा को भी इस सगठन मे शामिल कर लिए जाने से इसकी सदस्य सख्या बढकर पॉच हो गयी और अब इसे "बागलादेश, भारत, श्रीलका, बर्मा, थाइलैण्ड इकोनामिक को आपरेशन" के नाम से जाना जाता है।

(8) 'हिन्द महासागर तट क्षेत्रीय सहयोग सघ'–'हिमतक्षेस'*[2]

हिन्द महासागर के तटीय क्षेत्र मे स्थित देशो के बीच पारस्परिक आर्थिक सहयोग को बढावा देने के उद्देश्य से 5 मार्च 1997 को 'पोर्टलुई' (मारिशस) मे औपचारिक रूप से एक सगठन की स्थापना किया गया। 'हिन्द महासागर तट क्षेत्रीय सहयोग–सघ'– 'हिमतक्षेस' के नाम से जाना जाता है। आशा की जाती है कि यह सघ तीन महाद्वीपो– एशिया अफ्रीका और आस्ट्रेलिया के लिए एक सेतु का कार्य करेगा।

(9) दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन–'सार्क'*[3]

दक्षिण एशिया के देशो के पास क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के लिए ऐसा कोई मंच नहीं था जिसके माध्यम से वे आपसी सहयोग के द्वारा आर्थिक, सामाजिक एव राजनीतिक समस्याओ का हल मिल बैठकर ढूढ सकते। इस दिशा मे सहयोग की पहल सर्वप्रथम 1945 मे प0 जवाहर लाल नेहरू ने 'दक्षिण एशिया सघ' की परिकल्पना के जरिये की थी। दक्षिण एव दक्षिण–पूर्व एशियाई देशों ने सहयोग की दिशा मे 1951 मे कोलम्बो योजना के अन्तर्गत अपना कदम उठाया किन्तु वह क्रियान्वित नहीं हो सका। ब्राद में 1980 में बांगलादेश के तत्कालीन राष्ट्रपति जियाउर्रहमान ने दक्षिण एशियाई सहयोग का सुझाव् रखा जिसका क्षेत्र के अन्य देशों ने भी स्वागत किया। अगस्त 1983 मे 'नयी दिल्ली' मे विदेश मन्त्रियों की एक बैठक हुई जिसमें क्षेत्रीय सगठन की स्थापना का निर्णय लिया

*1. 'BISTEC'-
*2. Indian ocean Rim Association for Regional Co-operation- 'IORARC'
*3. South Asian Association of Regional Co- operation- 'SAARC'

गया। तद्नुरूप मई 1985 मे सगठन के चार्टर का प्रारूप तैयार किया गया और बागलादेश की राजधानी 'ढाका' मे आयोजित 7– 8 दिसम्बर 1985 को प्रथम शिखर सम्मेलन मे 'दक्षिण एशिया सहयोग सगठन'– 'सार्क' का विधिवत गठन किया गया। इस सगठन के सात सदस्य है– भारत, पाकिस्तान, बागलादेश, श्रीलका, नेपाल, भूटान, और मालदीव। इस सम्मेलन मे 10 सूत्रीय 'सार्क' चार्टर पारित हुआ। सगठन का उद्देश्य सातो सदस्य देशो के बीच विभिन्न क्षेत्रो मे सहयोग और सद्भावना की वृद्धि निश्चित किया गया। चार्टर के अनुच्छेद– 10 मे, यह निर्णय लिया गया कि 'सार्क' सम्मेलनो और बैठको मे द्विपक्षीय विवादो को कोई स्थान नही होगा। इस तरह 'सार्क' के माध्यम से 'दक्षिण एशिया' को एक प्रदेश के रूप मे विकसित करने का प्रावधान किया गया है।

(10) दक्षिण एशियाई वरीयता व्यापार समझौता– साप्टा'*1

दक्षिण एशियाई वरीयता व्यापार समझौता का प्रस्ताव सर्वप्रथम श्रीलका ने दिसबर 1991 'सार्क' देशो के छठे शिखर सम्मेलन मे प्रस्तुत किया था। इस प्रस्ताव के तहत 1997 तक दक्षिण एशियाई वरीयता व्यापार समझौता–'साप्टा' को प्रारभ करने का निर्णय लिया गया और 7 दिसबर 1995 को प्रभावी हो गया।

(11) दक्षिण एशियाई स्वतन्त्र व्यापार क्षेत्र–'साफ्टा'*2

नयी रियायती व्यापार प्रणाली 1995 में ही शुरु करने का निर्णय मई 1995 मे नयी दिल्ली मे सम्पन्न हुए 'सार्क' के आठवे शिखर सम्मेलन के दौरान लिया गया था। रियायती प्रशुल्क दरो पर अपनी व्यापार प्रारम्भ हो जाने के बाद भविष्य मे दक्षिण एशिया क्षेत्र मे एक व्यापारिक गुट– 'दक्षिण एशियाई स्वतत्र व्यापार क्षेत्र'–'साफ्टा' को स्थापित करने में सहायता मिलेगी।

2.5. क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के उपागम

यदि हम क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के अवधारणात्मक पहलू पर विचार करे तो इससे हमें– (1) सामान्य रूप से क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के मूलाधर (तर्क आधार) पर प्रकाश पडता है, तथा (2) सार्क देशो में क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के उपागमों (एप्रोचेज) पर प्रकाश पडता है।

***1. South Asian Preferential Trading Agreement- 'SAPTA'**
***2. South Asian Free Trade Area- 'SAFTA'**

क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के उपागमो की दो प्रक्रिया हैं—

1 व्यापार उदारीकरण तथा

2 औद्योगिक पुनर्संरचना

व्यापार के पूर्ण उदारीकरण का लाभ 'सार्क' के सदस्य देशो को परस्पर अन्त व्यापार द्वारा प्राप्त होता है। इसके अतिरिक्त ये सदस्य देश औद्योगिक पुनर्संरचना द्वारा वस्तुओ के उत्पादन मे भी सहयोग की भावना रखते हैं। फलस्वरूप 'सार्क' क्षेत्र मे क्षेत्रीय व्यापारिक एव आर्थिक सहयोग के उपागम विकास प्रक्रिया को तीव्र बनाते है। विकास का यह मार्ग 'सार्क' के सदस्य देशो के मध्य प्राप्त परस्पर विरोध के स्वर को ही कम करने मे सहायक हैं।

व्यापार उदारीकरण एव औद्योगिक पुनर्संरचना जैसी जुडवा प्रक्रियाएँ (ट्विन प्रासेसेज) परस्पर पूरक है। जहॉ व्यापार उदारीकरण औद्योगिक पुनर्संरचना के बेहतर अवसर को प्रदान करता है, वही औद्योगिक पुनर्संरचना से विविधतापूर्ण वस्तुओ के उत्पादन को बढावा मिलता है जो व्यापार उदारीकरण के द्वारा अन्त क्षेत्रीय व्यापार को बढाने मे मदद करता है। सक्षेप मे हम कह सकते हैं कि व्यापार उदारीकरण औद्योगिक पुनर्संरचना जैसी जुडवा प्रक्रियाए सार्क देशो मे 'सरल व्यापार नीति' (लिवरलट्रेड पालिसी) को प्रोत्साहित करते हैं। 'सार्क' देशो ने औद्योगिक पुनर्संरचना कार्यक्रम उत्पादन के साधनो के मुक्त प्रवाह मे भी सहायक हैं। उत्पादन के ये साधन हैं— पूजी, प्रौद्योगिकी प्रशिक्षित श्रम आदि। सार्क क्षेत्र मे मुक्त व्यापार क्षेत्र का निर्माण अथवा 'सीमा सघ' (कस्टम यूनियन) के गठन का आधार क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग के उपागम हो सकते हैं। इस सन्दर्भ मे आर्थिक एकीकरण के क्रियात्मक प्रयास व्यापार तकनीकी हस्तान्तरण, सयुक्त विपणन कम्पनियो, प्रत्यक्ष पूँजी निवेश, शेयर एव अश सहभागिता आदि के द्वारा बाजार का विस्तार करके किया जा सकता है। मोटे तौर पर औद्योगिक पुनर्संरचना के कार्यक्रम 'सार्क' क्षेत्र मे श्रम—लागतो, पूजी प्रधान उत्पादन, प्रौद्योगिकी सुधार, विदेशी पूजी निवेश के स्तर, निर्यात सम्भावनाओ एव आयात की जरूरतो जैसी प्रासगिक कसौटियों के आधार पर भारत एव अन्य सार्क देशो के मध्य विदेशी व्यापार एव अन्य आर्थिक सहयोग की सम्भावनाए उपभोग एव पूजीगत उत्पादन की विविधता पर निर्भर करती हैं। इन कार्यो का निष्पादन 'सार्क' के उदाहरण द्वारा प्रस्तुत शोध—प्रबन्ध का विषय है।

टिप्पणी एवं संदर्भ

1 International Monetary Fund- 'IMF'

2 World Bank

3 General Agreement on Tariff and Trade- 'GATT'

4 United Nations Conference on Trade and Development- 'UNCTAD'

5 World Trade Organisation- 'WTO'

6 Europen Common Market- 'ECM'

7 European Economic Community- 'EEC'

8 European Free Trade Association- 'EFTA'

9 Organisation for European Economic Co-operation- and Development, OEECD

10 North American Free Trade Agreement- 'NAFTA'

11 Latin American Integration Association- LAIA

12 Economic Community of West African States- ECOWAS

13 Association of South East Asian Countries- 'ASEAN'

14. South Asian Association for Regional Co- operation- 'SAARC'

अध्याय–3

दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संगठन (सार्क)

अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर पारस्परिक लाभ के दृष्टिकोण से क्षेत्रीय सहयोग की भावना ने पिछले कुछ दशको मे जोर पकडा है और क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग सगठनो को एक प्रभावी मच के रूप मे स्वीकार किया गया है। इस सन्दर्भ मे दक्षिण एशिया के देशो के पास ऐसा कोई भी मच नही था जिसके माध्यम से वे आपसी सहयोग के द्वारा अपनी आर्थिक, सामाजिक एव राजनीतिक समस्याओ का निदान मिल बैठकर ढूँढ सकते। यद्यपि यह सत्य है कि दो या उससे अधिक देशो की समस्याये एक सी नहीं हो सकती और न ही उनके निदान के लिए कोई एक मापदड अपनाया जा सकता है। किन्तु क्षेत्रीय स्तर पर सहयोग का आधार यदि उस क्षेत्र के लोगों की आशाओ एवं अपेक्षाओ के अनुरूप हो तथा किसी भी ऐसे संगठन को सस्था का रूप देते समय यदि उस क्षेत्र के लोगो की आशाओ एव अपेक्षाओ को 'सर्वोच्च प्राथमिकता' दी जाय तो सम्भव है कि ऐसे सगठन मे शामिल देश एक–दूसरे की समस्याओ का कोई उपयोगी निदान निकाल सके। भारतीय उपमहाद्वीप तथा मध्यएशिया के सात देशों, भारत, पाकिस्तान, बॉगला देश, श्रीलका, नेपाल, भूटान एव मालद्वीप ने मिलकर पारस्परिक सम्बन्धो को सुधारने क्षेत्रीय समस्याओ के समाधान तथा मुख्य रूप से आर्थिक सहयोग एव सह–अस्तित्व के उद्देश्य से प्रेरित होकर नये रास्ते तलाशने का सामूहिक प्रयास किया है। जिसके परिणामस्वरूप दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन–'सार्क' अथवा 'दक्षेस' का जन्म हुआ।

प्रस्तुत अध्याय–3 के अनुभाग 3 1 में 'दक्षिण एशिया को एक प्रदेश के रूप में देखने का प्रयास किया गया है। अनुभाग 3.2 में दक्षिण एशियाई देशो में सहयोग के कारक तत्वों की छानबीन की गयी है। अनुभाग 3 3 में 'सार्क' संगठन का विकास, अनुभाग 3 4 में सार्क के उद्देश्यों, सिद्धान्तो तथा सार्क की सामान्य धाराओं को सक्षेप मे प्रस्तुत किया गया है। अनुभाग 3.5, सार्क के सगठनात्मक ढांचे, अनुभाग 3 6 सार्क कोष तथा अनुभाग 3.7 व्यापार और आर्थिक सहयोग में सार्क की भूमिका पर है।

3.1 'दक्षिणी एशिया एक प्रदेश के रूप में'

दक्षिण एशिया की अवधारणा की उत्पत्ति प्राचीन नही है। द्वितीय विश्व युद्ध के समय तक राजनीतिज्ञ 'दक्षिण वर्ती एशिया'*1 शब्द का प्रयोग उस क्षेत्र के लिए करते थे जिसे वर्तमान दक्षिणी तथा दक्षिणी–पूर्वी एशिया का प्रादेशिक सम्मिलन कहा जा सकता है। फिर भी दक्षिणी एशियाई प्रदेश की सीमा का कोई स्पष्ट निर्धारण नही है। सामान्यता कुछ लोग इसमे केवल भारत पाकिस्तान, बाग्लादेश, नेपाल, भूटान, श्रीलका और मालदीव को सम्मिलित करते हैं जबकि दूसरे लोग इसमे अफगानिस्तान और वर्मा को भी सम्मिलित करते हैं।[1]

भौगोलिक और सास्कृतिक रूप से दक्षिणी एशिया एक अद्भुत रूप से विविधता पूर्ण क्षेत्र है। इस प्रदेश के देश क्षेत्र और जनसख्या, भाषा और धर्म में एक दूसरे से भिन्न हैं।

भारत इस प्रदेश का सबसे बडा देश है। भारत का क्षेत्रफल आक्सफोर्ड एटलस–1993 के अनुसार 3287263 वर्ग किमी तथा जनसख्या 84 करोड है। यह एक बहुजातीय, बहुभाषी ओर बहुधर्मी देश है। सविधान की आठवीं अनुसूची मे 18 भाषाओ की सूची दी गयी है जिनमे अग्रेजी और हिन्दी मुख्य है। हिन्दू, इस्लाम इसाई, बौद्ध मुख्य धर्म है। शासन, सघवाद और ससदात्मक लोकतन्त्र के सिद्धान्तो पर आधारित है।

पाकिस्तान दक्षिणी एशिया का दूसरा सबसे बडा देश है। आक्सफोर्ड एटलस–1993 के अनुसार इसका क्षेत्रफल 796095 वर्ग किलोमीटर तथा जनसंख्या 11 करोड है। पाकिस्तान का आधिकारिक धर्म इस्लाम और भाषा उर्दू है। पंजाबी, सिन्धी, पश्तो, और बलूची अन्य मुख्य भाषाएं हैं। बांगला देश तीसरा सबसे बडा राज्य है। इसका क्षेत्रफल 143999 वर्ग किलोमीटर तथा जनसख्या 12 करोड है। यहॉ की प्रमुख भाषा बंगाली और चकमा है। 85% इस्लाम धर्मावलम्बी हैं। हिन्दू मुख्य अल्प संख्यक धर्म है। पाकिस्तान में 1988 से और–बागला देश में 1991 से संसदात्मक शासन प्रणाली है।

नेपाल, भारत के उत्तर में स्थित है। इसका क्षेत्रफल 147181 वर्ग किलोमीटर

*1. Southern Asia

तथा जनसख्या लगभग 2 करोड है। यहॉ की मुख्य भाषा नेपाली है। तथा अन्य भाषाएं मैथिली और भोजपुरी है। अन्तिम दो हिन्दी की बोलिया हैं। नेपाल का प्रमुख धर्म हिदू (90%), बौद्ध धर्म (7%) एव इस्लाम आदि है। भूटान, नेपाल के पूर्व मे स्थित है। इसका क्षेत्रफल 46500 वर्ग किमी तथा जनसख्या 15 लाख है। इसकी प्रमुख भाषा जोन्टवा*1 और लोत्साम*2 है यहॉ का मुख्य धर्म बौद्ध और हिन्दू है। श्री लका भारत के दक्षिण मे स्थित है। इसका क्षेत्रफल 65610 वर्ग किलोमीटर तथा जनसख्या 1 7 करोड है। श्रीलका की मुख्य भाषा सिहल, तमिल और इग्लिश है। यहॉ का मुख्य धर्म बौद्ध, हिन्दू, इसाई और इस्लाम है। मालदीव भारत के दक्षिण–पश्चिम और श्रीलका के पश्चिम मे हिन्द महासागर मे स्थित एक द्वीप समूह है। इसका क्षेत्रफल 298 वर्ग किलोमीटर और जनसख्या दो लाख उन्नीस हजार है। अफगानिस्तान भारत और पाकिस्तान के उत्तर पश्चिम मे स्थित है। इसका क्षेत्रफल 647497 वर्ग किलोमीटर तथा जनसंख्या एक करोड पैसठ लाख है। यहॉ की मुख्य भाषा पश्तो, डारी, फारसी तथा धर्म इस्लाम हैं।

15 वीं शताब्दी तक एशियाई शक्तिया प्रबल थीं। परन्तु पन्द्रहवीं शताब्दी के बाद पश्चिमी शक्तियों ने तेजी से सम्पूर्ण दक्षिणी एशिया सहित एशिया महाद्वीप के अधिकाश भाग पर अपना आधिपत्य स्थापित कर लिया। ज्ञान के पुनर्जागरण, औद्योगिक क्रान्ति, राष्ट्र राज्यो के उदय, अच्चतर शास्त्रास्त्र, और युद्ध रणनीति ने पश्चिमी शक्तियों को श्रेष्ठतर बना दिया जबकि "यहॉ इन सब कारकों का अभाव था जो एशिया के विशाल जनसमूहो की नपुसंकता का कारण था।"[2]

उन्नीसवीं शताब्दी के अन्त तक दक्षिणी एशिया सहित एशिया का अधिकाश भाग पश्चिम की आधीनता में आ गया। परन्तु द्वितीय विश्व युद्ध के बाद अफ्रीकी एशियाई देशों ने पश्चिमी दासता के जुए को उतार फेका। अब वे राजनीतिक रूप से स्वतन्त्र हैं परन्तु आर्थिक रूप से दुर्बल हैं तथा अभी तक विश्व की राजनीतिक अर्थव्यवस्था में एक प्रभावशाली भूमिका को प्राप्त करने का प्रयत्न कर रहें हैं।

*1. Dzonkha
*2. Lhotsam

3.2 दक्षिणी एशियाई देशो में सहयोग के कारक – तत्व

सहयोग के ऐसे अनेक कारक हैं जो दक्षिणी एशियाई देशो मे सहयोग के लिए मजबूत आधार प्रदान करते है। नेपाल और भूटान (तथा अफगानिस्तान) को छोडकर शेष सारा दक्षिणी एशिया उपनिवेशक शासन के अधीन रहा है। इसमे से अधिकाश ब्रिटिश साम्राज्य का अग था। नेपाल और भूटान भी ब्रिटिश प्रभाव क्षेत्र के बाहर नही थे। अत दक्षिणी एशियाई देशो के ऐतिहासिक अनुभव एक से रहे है। इसका प्रभाव उनकी विदेश नीतियो पर पडा है। उनमे से अधिकाश देशो ने एक गुटनिरपेक्ष नीति अपनायी हैं।

अधिकाश एशियाई देशो की सास्कृतिक विरासत भी एक समान है। नि: सन्देह दक्षिणी एशिया मे अनेक सास्कृतिक समूह है परन्तु उन पर एक दूसरे का बहुत प्रभाव पडा है।

भौगोलिक सामीप्य भी एक सकारात्मक तत्व है। श्रीलका और मालदीव, द्वीप राज्य है। इनके अतिरिक्त जो पॉच देश है वे एक समान भूभाग के अग है। यह भूभाग शेष एशिया से पर्वतो और समुद्र के द्वारा इस प्रकार से पृथक् है कि इसे भारतीय उप महाद्वीप कहा जाता है।

दक्षिणी एशियाई देश एक जैसी और समान समस्याओ से ग्रस्त हैं। ये समस्याये भूख, निरक्षरता, कुपोषण, बेरोजगारी तथा प्राकृतिक ससाधनो के कुशल प्रबन्ध के अभाव की हैं।

परन्तु दक्षिणी एशियाई देशों की अर्थ व्यवस्थाए एक दूसरे की शक हैं। इन देशो मे आर्थिक विकास की समानान्तर नीतिया अपनाकर अपनी बहुत हानि की है। उन्हे प्रादेशिक सहयोग की नीति अपनाना होगा।

नकारात्मक तत्व:

उपर्युक्त सकारात्मक तत्व कुछ नकारात्मक तत्वो से सन्तुलित हो जाते हैं:–

1. दक्षिणी एशिया के देशों मे अरब देशो के समान भाषायी एकता नहीं हैं।

2. इन देशों मे अफ्रीका के समान जातीय एकता की भावना भी नही है।

3 इन देशो मे पूर्वी यूरोप अथवा पश्चिमी यूरोप के समान राजनीतिक व्यवस्था भी नही है।

4 धर्म की विविधता भी विभाजनकारी भूमिका निभाती है, जिसके कारण 1947 मे भारत का, भारत और पाकिस्तान मे विभाजन हो गया। दोनों मे निरन्तर शत्रुता चलती आयी है।

5 सन् 1971 मे बागलादेश के उदय ने इस प्रदेश मे तनाव अविश्वास और कटुता के वातावरण को और भी अधिक गहरा कर दिया जैसा कि दिनेश कुमार सिह[3] ने सकेत किया है, ऐसी बहुत सी विशेषताए है जो "प्रादेशिक सहयोग के विरूद्ध जाती हैं।" प्रथम प्रदेश मे आर्थिक शक्तिया न तो पर्याप्त रूप से विकसित हैं और न ही उनमे पारस्परिक सन्तुलन और अनुपूरकता हैं। दूसरे राजनीतिक, सामाजिक, आर्थिक प्राथमिकताओं और आवश्यकताओ पर आधिपतृय जमाये हुए हैं। तीसरे अन्तर्राज्यीय विवादो और रणनीतिक सघर्षो को दक्षिणी एशिया के प्रादेशिक सम्बन्धो मे मुख्य भूमिका निभाने दिया गया हैं। चौथे प्रदेश में सहयोगात्मक अन्तर क्रिया के विकास के लिए एक महाशक्ति की परराष्ट्र छाया न तो वाछनीय है और न ही सम्भव है। पॉचवे सामाजिक सास्कृतिक और आर्थिक सम्बन्धो का स्वरूप इस प्रदेश मे प्रधानत· एक और भारत और दूसरी और उसके पडोसी दक्षिण एशियाई देश के मध्य द्विपक्षीय सम्बन्ध के रूप मे है। दूसरी और भारत और उसके प्रत्येक पडोसी देशों के मध्य विकास और शक्ति के स्तरों में भारी अन्तर है। इससे पारस्परिक भय और सन्देह उत्पन्न होता है।"

3.3 'सार्क' संगठन का विकास

दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन– 'सार्क' के भारत, बागला देश नेपाल, पाकिस्तान, श्रीलंका, भूटान और मालदीव सदस्य हैं। 'सार्क' का मुख्यालय नेपाल की राजधानी 'काठमाण्डू' मे है। यह एक ऐसा क्षेत्रीय सगठन है जिसका उद्देश्य सहयोग के कुछ स्वीकृत क्षेत्रों में संयुक्त कार्यवाही के द्वारा सदस्य राज्यों के आर्थिक

और सामाजिक विकास की प्रक्रिया की गति को बढाना है।

मई 1980 मे बागला देश के तत्कालीन राष्ट्रपति ने यह प्रस्ताव रखा कि "प्रादेशिक सहयोग की स्थापना की सम्भावनाओ का पता लगाने के लिए" दक्षिणी एशियाई देशो का शिखर सम्मेलन किया जाये। परन्तु भारत और पाकिस्तान मे से एक ने भी इस विचार का स्वागत नही किया। उस समय भारत इस प्रदेश मे अकेला महसूस कर रहा था। अफगानिस्तान, कम्बोडिया और हिन्द महासागर के सम्बन्ध मे उसकी नीति अपने पडोसियो से भिन्न थी। भारत को आशका थी कि 'सार्क' अथवा दक्षिणी एशिया प्रादेशिक सहयोग के द्वारा उसके पडोसी सम्मिलित रूप से यह प्रयास कर सकते है कि विश्व व्यापी तथा प्रादेशिक दोनो प्रकार के विषयो पर उसे अकेला कर दे तथा दक्षिणी एशिया मे उसकी स्थिति को कमजोर कर दे दूसरी ओर पाकिस्तान को यह गलतफहमी थी कि यह प्रस्ताव भारत की पहल पर आया था ताकि भारत दक्षिणी एशिया मे अपना आर्थिक प्रभुत्व स्थापित कर सके। अत. एक शिखर सम्मेलन के स्थान पर विदेश सचिवो की एक बैठक पर सहमति हुई। कुल मिलाकर विदेश सचिवो की सात बैठके हुई जिनमे से पहली कोलम्बो मे अप्रैल 1981 मे तथा सावती नयी दिल्ली मे जुलाई 1983 मे हुई। इसके बाद अगस्त 1983 मे नयी दिल्ली मे विदेश मन्त्रियो की बैठक हुई जिसमे दक्षिणी एशियाई प्रादेशिक सहयोग अथवा 'सार्क' की घोषणा को स्वीकार करके कार्य योजना के एकीकृत प्रोग्राम का शुभारम्भ किया गया। ढाका मे 7–8 दिसम्बर 1985 को दक्षिणी एशियाई देशो का प्रथम शिखर सम्मेलन हुआ जिसमे एक घोषणा पत्र या चार्टर को स्वीकार करके प्रादेशिक सहयोग के दक्षिणी एशियाई सघ अथवा 'सार्क' की स्थापना की गयी। 1998 तक 'सार्क' के 10 सम्मेलन हो चुके हैं, जो सार्क की सक्रियता का संकेत करते है। सार्क के विभिन्न सम्मेलनो का सक्षिप्त विवरण निम्नानुसार है–

सार्क का प्रथम सम्मेलनः

दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन–'सार्क' का प्रथम शिखर सम्मेलन बागला देश की राजधानी 'ढाका' मे 7–8 दिसम्बर 1985 को हुआ। जिसमे दक्षिण एशिया के सात देशो ने विभिन्न समस्याओ और भाई–चारे तथा सहयोग के विभिन्न पहलुओ पर विस्तार से विचार–विमर्श एव विश्लेषण किया।

तालिका– 3.1
सार्कः वार्षिक शिखर सम्मेलन, 1985–1999

सम्मेलन	वर्ष	तिथि–माह		देश
प्रथम	1985	7–8	दिसम्बर	ढाका बगला देश
द्वितीय	1986	16–17	नवम्बर	बगलौर (भारत)
तृतीय	1987	2–4	नवम्बर	काठमाण्डू (नेपाल)
चतुर्थ	1988	29–31	दिसम्बर	इस्लामाबाद (पाकिस्तान)
पचम	1990	22–23	नवम्बर	माले (मालदीव)
षष्ठ	1991	21	दिसम्बर	कोलम्बो (श्री लका)
सप्तम्	1993	10–11	अप्रैल	ढाका (बाग्लादेश)
अष्ठम्	1995	2–4	मई	नई दिल्ली (भारत)
नवम्	1997	12–14	मई	माले (मालदीव)
दसवॉ	1998	29–31	जुलाई	श्रीलका, (कोलम्बों)
ग्यारहवा	1999	प्रस्तावित		नेपाल (काठमाण्डू)

सार्क का द्वितीय सम्मेलन

सार्क का द्वितीय शिखर सम्मेलन बगलौर मे 16–17 नवम्बर 1986 को सम्पन्न हुआ। सम्मेलन मे सार्क का सचिवालय 'काठमाण्डू' में स्थापित किया गया। जिसके प्रथम महासचिव श्री अब्दुल हसन नियुक्त किये गये। सहयोग के क्षेत्र मे नशीले पदार्थो की तस्करी रोकने, पर्यटन के विकास, रेडियो दूरदर्शन प्रसारण कार्यक्रम, विपदा प्रबन्ध पर अध्ययन– सम्मिलित किये गये और क्रियान्वयन हेतु एक समयबद्ध कार्यक्रम की घोषणा की गयी।

तृतीय शिखर सम्मेलन

सार्क का तीन दिवसीय तृतीय शिखर सम्मेलन नेपाल की राजधानी काठमाण्डू मे 4 नवम्बर 1987 को सम्पन्न हुआ। जिसमे आतकवाद की समस्या पर सभी राष्ट्रो ने खुलकर विचार किया। आतकवाद निरोधक समझौता उस सम्मेलन की महत्वपूर्ण उपलब्धि थी। खाद्य सुरक्षा भण्डार की स्थापना एव पर्यावरण की समस्या पर भी विचार विमर्श किया गया।

सार्क का चतुर्थ शिखर सम्मेलनः

सार्क का चतुर्थ शिखर सम्मेलन पाकिस्तान की राजधानी 'इस्लामाबाद मे 29–31 दिसम्बर 1988 को सम्पन्न हुआ। 'इस्लामाबाद घोषणा–पत्र' मे दक्षेस 2000 एकीकृत योजना पर विशेष बल दिया गया। इस योजना के अन्तर्गत शताब्दी के अन्त तक क्षेत्र की एक अरब से अधिक आबादी को आवास और शिक्षा देने का प्रावधान किया गया। इसके साथ ही मादक द्रव्यो के खिलाफ सघर्ष का आहवान भी किया गया। घोषणा–पत्र मे परमाणु निरस्त्रीकरण पर बल देते हुए सकारात्मक अन्तर्राष्ट्रीय सम्बन्धो का नया माहौल बनाने का भी स्वागत किया गया और विकासशील देशो के बीच आपसी सहयोग बढाने पर आहवान करते हुए घोषणा–पत्र मे दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सघ के सदस्य देशो मे क्षेत्रीय सहयोग बढाने पर जोर दिया गया।

श्री राजीव गॉधी ने अपने भाषण मे प्रथम, दक्षेस् महोत्सव का सदस्य देशों मे आयोजन, द्वितीय सूचना व समाचारो का आदान–प्रदान तथा तृतीय निर्वाध आवागमन का सुझाव दिया।

सार्क का पॉचवां शिखर सम्मेलनः

दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन का पॉचवा शिखर सम्मेलन मालदीव की राजधानी माले में 23 नवम्बर 1990 को सम्पन्न हुआ। सम्मेलन मे भारत के प्रधानमन्त्री 'चन्द्रशेखर', पाकिस्तान के प्रधानमन्त्री मिया 'नवाज शरीफ' व नेपाल के प्रधानमन्त्री भट्टाराय शामिल हुए। मालदीव के राष्ट्रपति 'श्री गयूम' को दक्षेस का नया अध्यक्ष बनाया गया।

5 गरीबी उन्मूलन के लिए एक सार्क समिति की स्थापना की जाये।

6 सन् 2000 ई तक क्षेत्र के सभी बच्चो को प्राथमिक शिक्षा की सुविधा प्रदान करायी जाय।

छठे शिखर सम्मेलन की सबसे महत्वपूर्ण एव प्रशसनीय बात यह रही है कि आर्थिक सहयोग समिति की यह सिफारिश की गयी कि एक "अन्तर–सरकारी दल" गठित किया जाये जो एक सस्थागत रूपरेखा तैयार करे और उस पर सहमति हासिल करे और इसके अन्तर्गत व्यापार के उदारीकरण के लिए कदम उठाये जाये। एक दूरगामी निर्णय यह भी लिया गया था कि क्षेत्रीय सस्थानो को समेकित करके एक कोष चलाया जाये तथा वित्तीय सस्थानो के विकास के लिए सार्क देशो की एक क्षेत्रीय परिषद गठित की जाये जो इस कोष की प्रबन्ध व्यवस्था दे।

सार्क का सातवां शिखर सम्मेलनः

सार्क का सातवा शिखर सम्मेलन 11 अप्रैल 1993 को बागला देश की राजधानी ढाका मे सम्पन्न हुआ। बागलादेश की प्रधानमन्त्री 'बेगम खालिदा जिया' ने श्रीलंका के राष्ट्रपति 'प्रेमदासा' से सगठन की अध्यक्षता का कार्यभार ग्रहण किया। सम्मेलन मे सार्क के सातो सदस्य देशो के शासनाध्यक्षो ने भाग लिया।

भारत के प्रधानमन्त्री पी वी नरसिहराव तथा भारत के दक्षिण एशियाई पडोसियो ने अन्तर–क्षेत्रीय व्यापार को धीरे[2] उदार बनाने सम्बन्धी ढाका घोषणा–पत्र को स्वीकार किया और कहा कि दक्षेस देशो के बीच रियायती व्यापार के विनिमय के लिए पहले दौर की वार्ता आरम्भ करने के लिए आवश्यक कदम उठाये जाने चाहते है।

दक्षिण एशियाई वरीयता व्यापार समझौता साप्टा'*1 को मजूरी दिये जाने से दक्षिण एशिया मे आर्थिक सहयोग के एक नये युग का स्वागत हुआ। साप्टा का उद्देश्य दक्षिण एशिया मे व्यापार सम्बन्धी बाधाओ को दूर करना है। साप्टा समझौते के तहत सार्क देशों के बीच अधिक उदार व्यापार व्यवस्था कायम किये जाने का प्रावधान है।

*1. South Asian Preferential Agreement - 'SA[TA'

सार्क का आठवा शिखर सम्मेलन

दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन– 'सार्क' का आठवा शिखर सम्मेलन भारत की राजधानी नयी–दिल्ली मे 2–4 मई 1995 को सम्पन्न हुआ। इस सम्मेलन मे 1995 को "दक्षेस गरीबी उन्नमूलन वर्ष" तथा 1996 को "दक्षेस साक्षरता वर्ष" घोषित किया गया।

इस सम्मेलन मे निम्न निर्णय लिये गये–

1 सन् 2005 तक 'दक्षिण एशियाई स्वतन्त्र व्यापार क्षेत्र'*[1] की स्थापना करना।

2 दक्षिण एशियाई वरीयता व्यापार व्यवस्था लागू करना।

सार्क का नौवां शिखर सम्मेलनः

दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन–'सार्क' का नौवा शिखर सम्मेलन 12–14 मई 1997 को मालदीव की राजधानी "माले" मे सम्पन्न हुआ। जिसमे सातो देशो के राष्ट्राध्यक्षो शासनाध्यक्षो ने भाग लिया। शिखर सम्मेलन का उद्घाटन मालदीव के राष्ट्रपति "मैरून अब्दुल गयूम" ने किया। निवर्तमान अध्यक्ष "श्री इन्द्र कुमार गुजराल" के स्थान पर श्री गयूम को ही सर्वसम्मति से दक्षेस का नया अध्यक्ष चुना गया। दक्षेस को अधिक प्रभावपूर्ण बनाने के लिए भारत के प्रधानमन्त्री ने दक्षिण एशियाई आर्थिक समुदाय के गठन का प्रस्ताव किया। उन्होने कहा कि सार्क राष्ट्रो का आर्थिक सहयोग अब आयात–निर्यात तक ही सीमित न रहकर पूँजी निवेश प्रोत्साहन, प्रतिबन्धात्मक नीतियो के समापन, उत्पादन मानको मे सुधार व समानता तथा व्यापारिक विवाद सुलझाने तक पहुँच गया। सम्मेलन के बाद जारी घोषणा–पत्र मे निम्नलिखित निर्णय लिये गये–

1 दक्षिण एशियाई मुक्त व्यापार क्षेत्र की स्थापना सन् 2005 के स्थान पर सन् 2001 तक होकर लेना।

2. वर्ष 1997 की शेष अवधि को "ईयर आफ पार्टी शिपेटरी गोवरनेन्स" के रूप मे मानना।

3. सन् 2002 तक निर्धनता उन्मूलन हेतु कार्य योजना तैयार करना।

सार्क का दसवां शिखर सम्मेलन

दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन दक्षेस अथवा 'सार्क' का दसवा शिखर सम्मेलन 29–31 जुलाई 1998 को श्रीलका की राजधानी 'कोलम्बो' मे भडार नाम के मेमोरियल इटरनेशल सभागार मे सम्पन्न हुआ। सम्मेलन मे भूटान नरेश स्वय उपस्थित नही हो सके, किन्तु अन्य छ राष्ट्रो के राष्ट्राध्यक्षो ने भाग लिया। अद्घाटन समारोह मे ही दक्षेस के निवर्तमान अध्यक्ष मैमून अब्दुल गयूम ने 'सार्क' की अध्यक्षता श्री लका की राष्ट्रपति 'चद्रिका' कुमार तुगे' को सौप दी। इस सम्मेलन के प्रमुख निर्णय निम्नलिखित थे–

1 सार्क के पूर्व दृष्टिकोण के अनुरूप दसवे शिखर सम्मेलन मे व्यापक परमाणु नि शास्त्रीकरण का आवाहन किया गया।

2 घोषणा–पत्र मे कहा गया है कि एनपीटी व सीटीबीटी सधिया नाभिकीय नि. शस्त्रीकरण व विस्तार को रोकने मे विफल रही है। घोषणा–पत्र मे सभी राष्ट्रो से चाहे वह एन0 पी0टी0 पर हस्ताक्षरकर्ता है अथवा नही परमाणु अप्रसार की दिशा मे पारदर्शक उपायो के साथ–साथ नाभिकीय अप्रसार के लिए आगे बढने को कहा गया है।

3 दक्षिण एशिया मे सन् 2002 तक निर्धनता निवारण तथा स्वतन्त्र व्यापार के लिए प्रस्तावित दक्षिण एशियाई स्वतन्त्र व्यापार समझौता–'साफ्टा' को सन् 2001 तक प्रभावी करने के लिए तेजी से कदम उठाने की बात घोषणा पत्र मे की गयी है।

4 भारत के प्रधानमन्त्री 'श्री अटल बिहारी बाजपेयी'[4] ने अपने सम्बोधन मे कहा कि भारत एक अगस्त 1998 से सार्क देशो से आयात किये गये लगभग 2000 उत्पादो पर से आयात प्रतिबन्धो को हटा लेगा तथा सार्क देशो के लिए भारतीय बाजार खोल देगा। उन्होने 'सार्क' देशो को एक साथ धनवान बनाने का एक नया मन्त्र दिया।

3.4 सार्क के उद्देश्य, सिद्धान्त एव सामान्य धाराएं

सन् 1983 मे 'सार्क' घोषणा–पत्र पर आधारित इसके 'चार्टर' को अपनाया गया। 'सार्क' के चार्टर मे दस धाराए है जिनमे 'सार्क' के उद्देश्यो, सिद्धान्तो, सामान्य धाराओ सस्थाओ तथा वित्तीय व्यवस्थाओ को परिभाषित किया गया है। चार्टर मे वर्णित इसके उद्देश्य, सिद्धान्त एव सामान्य धाराए निम्न प्रकार है–

सार्क के उद्देश्य

दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन– 'सार्क' के निम्न उद्देश्य है–

1 दक्षिण एशिया के लोगो का कल्याण एव उत्पान करना एव उनके जीवन–उत्पान के स्तर को सुधारना।

2 क्षेत्र मे आर्थिक विकास, सामाजिक प्रगति एव सास्कृतिक विकास की गति को तेज करना। साथ ही सभी व्यक्तियो को आत्मसम्मान से जीने का मौका उपलब्ध कराना एव उन्हे उनकी पूरी क्षमताओ का अहसास कराना।

3 दक्षिण एशिया के देशो मे पारस्परिक आत्म–विश्वास को बढावा एव मजबूती देना।

4 एक दूसरे की समस्याओ को समझना एव पारस्परिक विश्वास बढाने मे योगदान करना।

5 आर्थिक, सामाजिक, सास्कृतिक, तकनीकी एव वैज्ञानिक क्षेत्रो मे त्वरित सयोग एव पारस्परिक सहायता को बढावा देना।

6 दूसरे विकासशील देशो के साथ सहयोग को मजबूती प्रदान करना।

7 सामान्य अभिरूचियो के मुद्दो पर अन्तर्राष्ट्रीय मचो पर आपसी सहयोग को मजबूती देना।

8 समान लक्ष्यो एवं अभिप्रायो के साथ अन्तर्राष्ट्रीय एव क्षेत्रीय सगठनों के साथ सहयोग करना।

सार्क के सिद्धान्त

'सार्क' निम्न सिद्धान्तो पर आधारित है–

1 सघ के क्रिया–कलापो के ढाचो के अतर्गत समान सम्प्रभुता के सिद्धान्तो के प्रति आदर, प्रादेशिक एकजुटता, राजनीतिक स्वतन्त्रता, दूसरे देशो के आन्तरिक मामलो मे कोई हस्तक्षेप नही करना तथा पारस्परिक लाभ पर आधारित सहयोग होगा।

2 ऐसा सहयोग द्विपक्षीय अथवा बहुपक्षीय सहयोग के एक विकल्प के रूप मे नही होगा बल्कि पूरक के रूप मे होगा।

3 ऐसा सहयोग द्विपक्षीय अथवा बहुपक्षीय जिम्मेदारियो के प्रति सामजस्य–विहीन अथवा परस्पर विरोधी नही होगा।

सार्क की सामान्य धाराएं

सार्क की निम्न सामान्य धाराए है

1 सभी स्तरो पर निर्णय सर्वसम्मति के आधार पर लिया जायेगा।

2 विचार–विमर्श से द्विपक्षीय एव विवादास्पद मुद्दे अलग होगे।

3.5 सार्क संगठन का व्यावहारिक रूप

'सार्क' सगठन के ढाचे को व्यवस्थित करने के लिए पहला व्यावहारिक कदम अगस्त, 1983 की मन्त्री–परिषद की बैठक मे लिया गया। इस बैठक मे एक दो–मुखी ढॉचे को तकनीकी समिति एव स्थायी समिति के रूप मे स्थापित किया गया। तकनीकी समिति मे कई अध्ययन एव काम–काजी दल शामिल किये गये तथा स्थायी समिति मे 'सार्क' के सदस्य देशों के सभी विदेश सचिव आते हैं।

इस दिशा मे दूसरी महत्वपूर्ण स्थिति 1985 मे तब आयी जब ढाका मे सदस्य देशो के प्रधानों की पहली बैठक हुई। इस ढाका सम्मेलन मे 'सार्क' चार्टर स्वीकार किया गया। सार्क चार्टर की धारा VIII मे एक सचिवालय की स्थापना का उद्देश्य शामिल किया गया।

इस समय सगठन मे एक स्थायी सचिवालय के साथ निम्न ढाचा सम्मिलित है–

1. सम्मेलन:*1

सघ के सर्वोच्च अधिकारी प्रत्येक सदस्य देश के प्रधान होते है। यह सगठन का नीति–निर्माण करने वाला सर्वोच्च अधिकारी वर्ग होता है। इसकी बैठके प्राय प्रत्येक वर्ष बारी–बारी से सदस्य देशो मे होती है। 1985 से 1998 के बीच सदस्य देशो के अध्यक्षो की दस बैठके क्रमश ढाका (1985), बगलौर (1986) काठमाण्डू (1987), इस्लामाबाद (1988), माले (1990) कोलम्बो (1991), ढाका (1993) नयी दिल्ली (1995), माले (1997) तथा कोलम्बो (1998) मे हुई। ग्यारहवी बैठक काठमाण्डू (1999) मे होना प्रस्तावित है।

2. सार्क सचिवालय*2

सार्क सचिवालय की स्थापना काठमाण्डू (नेपाल) मे 16 जनवरी 1987 को हुई। यह सार्क गतिविधियो के लागू होने की देख–रेख तथा अन्य गतिविधियो के बीच ताल–मेल रखने, सघ की बैठको की सेवा तथा सार्क एवं अन्य अन्तर्राष्ट्रीय सगठनो के बीच सचार–तन्त्र के रूप मे सेवा करने का कार्य करता है।

सचिवालय का एक प्रधान महासचिव होता है। महासचिव की नियुक्ति विदेश मन्त्रियो की परिषद द्वारा होती है। महासचिव की नियुक्ति सदस्य देशो के बीच वर्णानुक्रम के अनुसार बारी–बारी से होती है। यह नियुक्ति दो वर्ष के लिए होती है जिसका दुबारा नवीनीकरण नही होता। सचिवालय मे एक महासचिव, सात निदेशक तथा सामान्य सेवा कर्मचारी होते हैं। निदेशको की नियुक्ति 'सार्क' के सदस्य देशो के नामजदगी पर महासचिव द्वारा होती है। यह नियुक्ति तीन वर्ष के लिए होती है, जिसे विशेष स्थितियो मे सम्बन्धित सदस्य देशो के साथ विचार–विमर्श के बाद महासचिव द्वारा अधिक से अधिक तीन वर्ष के लिए बढाया जा सकता है।

सचिवालय स्थापित करने की प्रारम्भिक लागत नेपाल द्वारा उपलब्ध करायी

*1. Summits
*2 SAARC Secretriat

गयी तथा आगे आने वाले खर्चो को सदस्य देशो द्वारा सहमत नियमो के आधार पर बाटा गया। परिणाम स्वरूप, भारत खर्च का 32% पाकिस्तान 25% तथा बागला देश, नेपाल तथा श्रीलका प्रत्येक 11% एव भूटान तथा मालदीव प्रत्येक 5% का अपना योगदान दे रहे है।

मन्त्री परिषद

मन्त्री परिषद*1 में सदस्य देशो के सभी विदेश मन्त्री शामिल होते है। यह परिषद, नीतियो का निर्माण करना, प्रगति की समीक्षा करना, सहयोग के नये क्षेत्रो का निर्धारण करना, आवश्यकता समझने पर अतिरिक्त तन्त्र स्थापित करना तथा सघ की सामान्य अभिरूचि के अन्य मामलो पर निर्णय करना आदि कार्यो के लिए उत्तरदायी है। यह परिषद वर्ष मे दो बार बैठक करती है। साथ ही सदस्य देशो की सहमति पर यह असामान्य बैठके भी कर सकती है।

4. स्थायी समिति

स्थायी समिति*2 में सदस्य देशो के विदेश सचिव होते है। स्थायी समिति के निम्नलिखित कार्य हैं–

1 प्रोग्रामो मे सह–सम्बन्ध एव उनकी देख–रेख करना।

2 वित्तीय विधियो पर नजर रखना।

3 अन्तर क्षेत्रीय प्राथमिकताओ को निर्धारित करना।

4 आन्तरिक बाहय संसाधनों को गतिमान करना तथा उचित अध्ययन के आधार पर सहयोग के नये क्षेत्रो की पहचान करना।

यह आवश्यकतानुसार अपनी कई बैठके कर सकती है लेकिन व्यवहार मे यह वर्ष मे दो बैठके करती हैं तथा अपनी रिर्पोट मन्त्री परिषद को सौंपती है।

*1. Council of Ministers.
*2. Programming Committee

यह सदस्य देशो द्वारा प्रोजेक्ट के लागू करने से सम्बन्धित कार्यवाही समिति स्थापित कर सकती है। इसमे दो से अधिक सदस्य देश शामिल हो सकते है। लेकिन सभी सदस्य देश शामिल नही हो सकते है।

5.कार्यक्रम निर्माण समिति*1

इसमे वरिष्ठ कर्मचारी शामिल होते है। यह सचिवालय के बजट को सही करने, कार्य–कलापो की वार्षिक सूची को अन्तिम रूप देने तथा स्थायी समिति द्वारा सौपे गये किन्ही अन्य मामलो को निपटाने का काम करती है। यह स्थायी समिति के सत्रो से पहले अपनी बैठके करती है।

6. तकनीकी समिति*2

इसमे सभी सदस्य देशो के प्रतिनिधि शामिल होते हैं। यह कार्यक्रमो को सूत्रबद्ध करने तथा सम्बन्धित क्षेत्रो मे प्रोजेक्ट तैयार करने का काम करती है। क्रियाकलापो के लागू करने तथा देख–रेख करने के लिए भी यह जिम्मेदार होती है तथा अपनी रिर्पोट स्थायी समिति को सौपती है। प्रत्येक तकनीकी समिति की अध्यक्षता प्राय प्रत्येक दो वर्षो के अन्तराल पर वर्णानुक्रम के अनुसार सदस्य देशो के बीच घूमती रहती है। इस समय 12 तकनीकी समितिया, कृषि, सचार, वातावरण, स्वास्थ्य और जनसख्या क्रियाए, ग्रामीण विकास, विज्ञान और प्रौद्योगिकी, पर्यटन, परिवहन हैं। ये समितिया सार्क सहयोग के स्वीकृत क्षेत्रो को व्यक्त करती हैं और 'स्पा' के अन्तर्गत आती है जो सार्क प्रक्रिया का एक मुख्य अग है।

अन्य संस्थाओं के साथ सहयोग:*3

सार्क ने अन्तर्राष्ट्रीय एवं क्षेत्रीय सगठनो के साथ सहयोग स्थापित किया है। यह सहयोग की व्यवस्था विभिन्न सस्थाओ के साथ राजी नामे पर हस्ताक्षर द्वारा होती है। फरवरी, 1993 में व्यापार–विश्लेषण तथा सूचना पद्धति पर सार्क–अकटाड समझौता

*1. Technical Committee
*2 Co- operation with other organisations
*3 Economic and Social Commission for Asia and the pacific-'ESCAP'

प्रपत्र पर हस्ताक्षर किये गये। यह सार्क का एक अन्तर्राष्ट्रीय सगठन के साथ सहयोग का पहला राजीनामा था। इसी तरह फरवरी 1994 मे सार्क और इस्कैप[5*1] के बीच सहयोग का राजीनामा हुआ। इसका उद्देश्य सयुक्त अध्ययन द्वारा विकास के मुद्दो पर सहयोग, गरीबी उन्मूलन, मानव ससाधन विकास, व्यापार–प्रोत्साहन, विदेशी प्रत्यक्ष निवेश, पर्यावरण–सरक्षण, मद्य–निषेध तथा आधार भूत ढाचे के विकास मे सूचना तथा प्रमाण का आदान–प्रदान एव सम्मेलन इत्यादि करना था। इसी तरह इसमे 'सयुक्त राष्ट्र विकास कार्यक्रम'[*2] के साथ जुलाई, 1995 मे सयुक्त राष्ट्र विकास कार्यक्रम के साथ 18 अगस्त 1995 को तथा दिसम्बर, 1995 मे कोलम्बो योजना एव जुलाई 1996 मे यूरोपीय समुदाय के साथ महत्वपूर्ण आर्थिक समझौते किये।

3.6 सार्क कोष[*3]

वित्तीय कठिनाइयो को दूर करने के उद्देश्य से निम्न कोष स्थापित किये गये हैं–

1. सार्क–जापान विशेष कोष[*4]

सार्क–जापान विशेष कोष की स्थापना, सार्क क्षेत्र से सम्बन्धित कार्यवाही एव कार्यक्रमो को वित्त प्रदान करने के लिए जापान सरकार के राजी होने के साथ ही हुई थी। 27 दिसम्बर 1993 की काठमाण्डू मे 'सार्क' महासचिव एव जापान के राजदूत के बीच इस कोष की रूपरेखा से सम्बन्धित पत्रो का आदान–प्रदान हुआ। इस कोष मे 5 लाख अमरीकी डालर है। इसके दो भाग है–

प्रथम के अनुसार, सदस्य देशो द्वारा पहचान की गयी एव व्यवस्थित चुने हुए कार्यक्रमों एवं कार्यवाहियो को वित्त प्रदान करने के लिए राशि खर्च की जायेगी।

दूसरे भाग के अनुसार, राशि जापान सरकार द्वारा चिहिनत एव व्यवस्थित कार्यक्रमो एवं कार्यवाहियो पर खर्च की जायेगी।

*1. United Nations Development - 'UNDP'
*2. SAARC Funds
*3 SAARC Japan Special Fund
*4. South Asian Development Fund- 'SADF'

2. दक्षिण एशियाई विकास कोष[*1]

सन् 1991 मे क्षेत्रीय प्रोजेक्ट के लिए 'सार्क' कोष[*2] 50 लाख डालर की प्रारम्भिक पूँजी के साथ स्थापित किया। साथ ही 'सार्क क्षेत्रीय कोष'[*3] की स्थापना भी की गयी। जिसका उद्देश्य "कार्य के एकीकृत कार्यक्रम"[*4] के अन्तर्गत उन कार्यवाहियो एव प्रोगामो को वित्त उपलब्ध कराना था जो वित्तीय कठिनाइयो के कारण पूरी नही हो पायी थी। आठवे 'सार्क' सम्मेलन के दौरान दक्षिण एशियाई विकास कोष की स्थापना का निर्णय लिया गया था जिसमे पहले के दोनो कोषो का मिला दिया गया। इसकी निम्न तीन शाखाए है–

प्रथम, प्रोजेक्ट की पहचान एव विकास करने के लिए द्वितीय, सस्थागत तथा मानव ससाधन विकास प्रोजेक्टो के लिए। तृतीय, सामाजिक विकास तथा आधारभूत ढाचे के विकास से सम्बन्धित प्रोजेक्टो के लिए।

3.7 व्यापार और विपणन सहयोग[*5]

सार्क ने सदस्य देशो के बीच महत्वपूर्ण क्षेत्रो मे सहयोग के लिए कदम उठाये है, जिनमे व्यापार और विपणन 'सार्क व्यापार समझौता' अथवा अधिमानी (वरीयता) है।

दक्षिण एशियाई वरीयता व्यापार समझौता–साप्टा[*6]

सार्क देशो के बीच व्यापार एव विपणन सहयोग करने हेतु 7 दिसम्बर 1995 से साप्टा समझौता लागू किया गया। इसकी उत्पत्ति 1991 मे व्यापार, विपणन–विनिमय विनिर्माण और सेवाओ के क्षेत्र मे एक क्षेत्रीय अध्ययन[*7] हुई जिसमे महत्वपूर्ण आर्थिक

*1 SAARC Fund for Regional Projeets- 'SFRP'
*2 SAARC Regional Fund- 'SRF'
*3 Intergrated Programme of Action- 'IPA'
*4. Trade and Economic Co-operation
*5. South Asian Preferential Trading Arrangement- 'SAPTA'
*6. Regional Study on Trade, Manufactures and Serviees
*7. Inter- Goverment Group- IGG.

क्षेत्रो मे क्षेत्रीय सहयोग को प्रोत्साहित करने के लिए अनेक सिफारिशे की गयी। इस अध्ययन को एक प्रारूप के रूप मे 'अन्तर सरकारी ग्रुप'*1 ने अन्तिम रूप दिया जिसे आर्थिक सहयोग समिति और अन्य उच्च सार्क समितियो ने अनुमोदित किया। परिणामस्वरूप, ढाका मे सातवे 'सार्क' सम्मेलन के दौरान 11 अप्रैल 1993 को सदस्य देशो के मन्त्रियो ने साफ्टा' समझौते पर हस्ताक्षर किये जिसमे एक प्रस्तावना और 25 धाराए है।

साप्टा की मुख्य विशेषताएँ

साप्टा की मुख्य विशेषताए निम्नलिखित है–

1. साप्टा के उद्देश्य–

साप्टा एक सविदात्मक समझौता है जो सार्क सदस्य देशो के बीच अन्तर क्षेत्रीय व्यापार एव विपणन का धीरे–धीरे उदारीकरण करने से सम्बन्धित नियमो का एक ढॉचा प्रस्तुत करता है। इसका मुख्य उद्देश्य टैरिफ, परा टैरिफ, और गैर–टैरिफ उपायो पर रियायतो के लेन–देन द्वारा सार्क राज्यो के बीच परस्पर व्यापार और आर्थिक सहयोग को प्रोत्साहित और कायम रखना है।

2. साप्टा के सिद्धान्त–

साप्टा निम्नलिखित सिद्धान्तो पर आधारित है–

(1) सभी राज्यो की पारस्परिकता और आदान–प्रदान के आधार पर समान लाभ प्रदान होगे परन्तु इसके लिए उनके अपने–अपने आर्थिक और औद्योगिक विकास के स्तरो, विदेश व्यापार ढॉचे, व्यापार और टैरिफ नीतियो और प्रणालियो का ध्यान रखा जायेगा।

(2) साप्टा समझौते का क्रमिक अवस्थाओ मे धीरे धीरे सुधार और विस्तार किया जायेगा, जिसका थोडे–थोडे समय मे पुनरीक्षण भी होगा।

(3) साप्टा समझौता न्यूनतम विकसित सदस्य देशो के लिए विशेष और अधिमानी व्यवहार को प्रदान करने पर बल देता है।

*1 Contracts

3. साप्टा का विषय क्षेत्र

साप्टा समझौते के अनुसार सदस्य देशो द्वारा एक दूसरे को दी गयी रियायतो मे सभी प्रकार की वस्तुए जैसे विनिर्मित, कच्चे, अर्द्ध–सशोधित और सशोधित रूपो मे शामिल होगी।

इसमे व्यापार, उदारीकरण टैरिफ, परा–टैरिफ और प्रत्यक्ष व्यापार उपायो से सम्बन्धित अधिमानिक व्यवस्थाओ द्वारा किया जायेगा।

यह व्यापार–वर्ताओ के विभिन्न तरीको की ओर सकेत करता है, जैसे–वस्तु–दर–वस्तु सम्पूर्ण टैरिफ कटौतियो, क्षेत्रीय व्यवस्थाए आदि।

4. अल्प विकसित देशों के लिए विशेष अधिमानी व्यवहार–

साप्टा अपने अल्प विकसित, सदस्य देशो को, समझौते से समान लाभ प्राप्त कराने के लिए विशेष और अधिक सहायता प्रदान करने हेतु निम्न अतिरिक्त उपायो का वर्णन करता है–

(i) अन्य सदस्य देशो द्वारा उनकी उत्पादन क्षमताए बढाकर विपणन एव औद्योगिक सहयोग द्वारा उनकी निर्यात सम्भावनाओ को प्रोत्साहित करना।

(ii) प्रशिक्षण, निर्यात प्रोत्साहन, विपणन सहायता, साख सुविधाओ आदि से इन देशो की व्यापार सुविधाएं बढाकर।

(iii) शुल्क मुक्त पहुॅच, विशिष्ट टैरिफ अधिमानो पर टैरिफ और गैर–टैरिफ उपायो आदि द्वारा विशेष व्यवहार प्रदान करके।

(iv) निर्यात के स्तर को निरन्तर कायम रखने के लिए दीर्घकालीन सविदाओं*1 के समझौते द्वारा।

(v) अन्य सदस्य देश अपने लिए सुरक्षा उपाय अपनाकर अल्पविकसित देशो के निर्यात पर विशेष ध्यान देकर।

***1. Balance of payments and Saleguard Measures.**

(vi) अल्प विकसित देशो द्वारा आपात स्थितियो के दौरान और अस्थायी तौर पर व्यापार रूकावटो को प्रारम्भ और चालू रखने मे अधिक लोचशीलता अपना कर।

5. व्यापार शेष और सुरक्षा उपाय*1

एक सदस्य राज्य को यह अधिकार प्राप्त है कि जब वह गभीर आर्थिक समस्याओ, जिनमे व्यापार शेष सम्बन्धी कठिनाइया भी शामिल है, से घिरा हो तो वह साप्टा के अन्तर्गत प्राप्त रियायतो को अस्थायी तौर से स्थगित कर सकता है।

साप्टा समझौते मे सदस्य देशो के लिए कुछ सुरक्षा उपाय भी किये गये है–

प्रथम यदि किसी वस्तु को इस समझौते के अन्तर्गत रियायत प्राप्त है और वह किसी अन्य सदस्य देश मे इस ढग से है तथा इतनी मात्रा मे आयात की जाती है जिससे आयातक देश को गम्भीर हानि होती है तो वह उस वस्तु को दी गयी रियायत को अस्थायी तौर से स्थगित कर सकता है।

द्वितीय व्यापार शेष और सुरक्षा उपायो को किसी सदस्य देश द्वारा अपनाने के लिए समझौता सूचना, विचार विमर्श और झगडा निपटाने की विधियो का उल्लेख करता है ताकि कोई सदस्य देश मनमानी न कर सके।

6. समझौता की हुई रियायतों का विस्तार–

साप्टा के अन्तर्गत स्वीकृत रियायते, सिवाय उनके जो विशेषत अल्प विकसित देशो को दी गयी हो, सभी सदस्य राज्यों को बिना शर्त दी जायेगी।

7. भागीदारों की समिति

साप्टा के भागीदारो की एक समिति है जो इस समझौते के कार्यान्वयन मे हुई उन्नति का पुनरीक्षण करने के लिए वर्ष मे कम से कम एक बार मिलती है। यह इस समझौते से उत्पन्न होने वाले व्यापार प्रसार के लाभ के बारे मे सुनिश्चित करती है कि वे समान रूप से सभी सदस्य देशों को प्राप्त हो।

*1. Committee on Economic Co-operation- 'CEC'

8. समझौते का न लागू होना–

इस समझौते की धाराए सदस्य देशो पर निम्न स्थितियो मे नही लागू होगी–

यदि किसी सदस्य देश मे समझौता होने से पहले किसी अन्य सदस्य देश को व्यापार अधिमान दिये हुए है या दिये जाने है और किसी तीसरे देश के साथ द्विपक्षीय, बहुपार्श्विक और बहुपक्षीय समझौते एव इसी तरह की व्यवस्थाए है।

9. रियायतो को वापस लेना और उनका संशोधन–

कोई भी सदस्य देश जिसने रियायते दी हुई हो वह तीन वर्षो की अवधि के पश्चात 'आर्थिक सहयोग पर समिति'*1 को रियायतो के वापिस लेने अथवा सशोधित करने के लिए सूचित करेगा। इसके लिए वह देश दूसरे देश के साथ विचार–विमर्श करेगा और यदि आवश्यक हो तो उचित मुआवजे पर समझौता करेगा। यदि दोनो मे छ महीने के अन्दर कोई समझौता नही होता तो जो देश रियायतो को वापिस लेने से प्रभावित होता है उसे आर्थिक सहयोग पर समिति समान रियायते पहले देश से वापिस अथवा सशोधित करने के लिए कह सकती है। परन्तु यदि कोई देश साप्टा को छोड देता है तो अन्य सदस्य देश उसे दी गयी सभी रियायते समाप्त करने के लिए स्वतन्त्र होगे।

10. साप्टा को छोड़ना*2

कोई भी सदस्य देश साप्टा को छोड सकता है लेकिन ऐसा करने के लिए सार्क सचिवालय को छ महीने पहले नोटिस देना आवश्यक है और साथ ही आर्थिक सहयोग पर समिति को सूचित करना आवश्यक है।

इस प्रकार साप्टा अन्तर क्षेत्रीय व्यापार का प्रसार करने के लिए गठित एक सस्था है। जिसका उद्देश्य सार्क देशो के बीच धीरे–धीरे व्यापार रूकावटो को समाप्त करके वर्ष 2005 तक 'साफ्टा' (दक्षिण एशियाई मुक्त व्यापार क्षेत्र)*3 स्थापित करना है। 'साफ्टा' की घोषणा 18 दिसम्बर को 'सार्क' देशो के विदेश मन्त्रियों द्वारा नयी दिल्ली मे की गयी थी।

*1. Withdrawal from SAPTA
*2. South Asian Free Trade- Area- 'SAFTA'
*3. SAPTA Trade Talks and Concessions

साप्टा व्यापार वार्ता तथा रियायते

साप्टा के अन्तर्गत व्यापार रियायतो के लिए वार्ताए एक अन्तर शासकीय ग्रुप द्वारा की जाती है। यह व्यवस्था लाभ के आदान–प्रदान और पारस्परिक समझौते के आधार पर कार्य करती है। इसमे सदस्य देशो का विकास दर, विदेश व्यापार का ढॉचा और व्यापार सम्बन्धित नीतियो पर विचार किया जाता है। सार्क देशो के बीच व्यापार प्रवाहो के मार्ग मे आने वाली टैरिफ और गैर टैरिफ रूकावटो को दूर करने के प्रयास किये जाते है।

साप्टा के प्रारम्भ से अभी तक व्यापार समझौतो के दो दौर समाप्त हो चुके है और तीसरा दौर चल रहा है। प्रथम दौर मे सदस्यो ने परस्पर टैरिफ रियायतो के लिए 226 मदो को लिया। सबसे बडा देश होने के कारण भारत ने 106 वस्तुओ पर टैरिफ रियायते दी जो 10% और 100% के बीच थी। पाकिस्तान ने 35 पर, श्रीलका ने 31 पर, मालदीव ने 178 पर नेपाल ने 14 पर बागला देश ने 12 पर और भूटान ने 11 वस्तुओं पर टैरिफ रियायते अन्य देशो को दी। बदले मे भारत को पाकिस्तान से 24 वस्तुओ पर, श्रीलका से 14 और बागला देश से 5 वस्तुओ पर टैरिफ रियायते प्राप्त हुई। जो अधिकतर चालू टैरिफ का 10% थी। सभी टैरिफ रियायते 7 दिसम्बर 1995 से लागू हुई। दूसरे दौर की वार्ताओ मे 1975 से वस्तुओ पर टैरिफ रियायतो का आदान–प्रदान हुआ। ये रियायते 1 मार्च 1997 से लागू हो गयी। वार्ताओ के दोनो दौर मे भारत ने 1000 वस्तुओ पर व्यापार रियायते प्रदान की।

तीसरे दौर की वार्ता जुलाई 1997 से चालू है। इस वार्ता ने 6000 से 7000 मदें रियायतों के लिए चुने जाने उद्देश्य है। जुलाई 1998 मे सम्पन्न कोलम्बो मे सार्क के दसवें सम्मेलन में भारत ने 2000 वस्तु ग्रुपो पर आयात रूकावटे हटाने की घोषणा की। तदनुसार 1 अगस्त 1998 से विभिन्न प्रकार की उपभोक्ता और टिकाऊ वस्तुओ को सदस्य देशो से बिना लाइसेंस और बिना टैरिफ भारत मे आने की अनुमति दी गयी। परन्तु शर्त यह है कि सूचित मदे वस्तुए नयी हो और 'सार्क' देश में ही बनायी गयी हो।

कोलम्बो सम्मेलन मे दक्षिण एशियाई मुक्त व्यापार क्षेत्र–'साफ्टा' समझौते को वर्ष 2005 से लागू करने की घोषणा की गयी, तब सार्क देशो के बीच मुक्त व्यापार स्थापित हो जाएगा।

सार्क प्रगति के पन्द्रह वर्ष

'सार्क' की विधिवत घोषणा दिसम्बर 1985 मे सदस्य देशो के मध्य आर्थिक सामाजिक एव सास्कृतिक विकास के उद्देश्यो को पूरा करने के लिए की गयी थी। इन उद्देश्यो को साकार रूप देने के लिए 'सार्क' सचिवालय की स्वतन्त्र स्थापना काठमाण्डू (नेपाल) मे किया गया। 'सार्क' सचिवालय का तकनीकी 'स्टाफ' 'सार्क' क्षेत्र के मध्य क्षेत्रीय सहयोग को बढावा देने के लिए निरन्तर प्रयास करती है। सहयोग के विभिन्न क्षेत्र है– कृषि एव सचार, यातायात एव पर्यटन आदि। 'सार्क' देशो मे सहयोग के इन क्षेत्रो के अतिरिक्त औद्योगिक एव व्यापार सम्बन्धो को भी स्थापित करने का प्रयास किया गया है, किन्तु इसमे अपेक्षित सफलता की गुजाइश बनी हुई है। इसी तरह की विरोधी स्थितिया तकनीकी हस्तान्तरण सयुक्त विपणन कम्पनिया, निवेश, आदि क्षेत्रो मे भी विद्यमान है। यद्यपि इन अवरोधो को दूर करने के लिए 'सार्क' देशो के बीच रियायती प्रशुल्को पर व्यापार करने के लिए 'सार्क' वरीयता व्यापार समझौता' अथवा 'साप्टा' को सदस्य देशो के बीच 7 दिसम्बर 1995 से लागू कर दिया गया। इस रियायती व्यावहार प्रणाली का सर्वप्रथम प्रस्ताव श्रीलका ने दिसम्बर 1991 मे 'सार्क' देशो के छठे शिखर सम्मेलन मे प्रस्तुत किया था। जिसमे 1997 तक 'साप्टा' को प्रारम्भ करने का निर्णय लिया गया था। नयी रियायती व्यापारएव विपणन प्रणाली को 1995 में ही शुरू करने का निर्णय मई 1995 में नयी दिल्ली मे सम्पन्न हुए सार्क के आठवे शिखर सम्मेलन के दौरान लिया गया था, जो 'सार्क' के पक्ष मे एक शुभ सकेत हैं। शुभ सकेत की इसी कडी में आपसी व्यापार एव विपणन के लिए भविष्य मे दक्षिण एशिया क्षेत्र मे एक व्यापारिक गुट 'साफ्टा' अथवा 'दक्षिण एशियाई मुक्त व्यापार समझौता' को स्थगित करने का भी प्रस्ताव 'सार्क' के सदस्य देशो ने लिये है। 'सार्क' देशो के मध्य एक मुक्त (स्वतन्त्र) व्यापार क्षेत्र 'साफ्टा' के सन् 2005 तक स्थापित हो जाने की सभावना है।

उल्लेखनीय है कि सार्क के सात सदस्य देशो के बीच प्रारम्भ मे 226 वस्तुओ के व्यापार पर 10% से 100% तक की रियायत प्रशुल्क दरे आरोपित करने की व्यवस्था की गयी है, जिसमे सर्वाधिक 106 वस्तुओ पर रियायत (छूट) भारत सरकार द्वारा प्रस्तुत की गयी है। यद्यपि 'सार्क' देशो का विश्व व्यापार मे प्रतिशत हिस्सा 1% से भी कम है, फिर भी 'नाफ्टा' तथा 'यूरोपीय आर्थिक समुदाय' के एकीकरण के सन्दर्भ मे 'सार्क' देशो की नयी व्यापार व्यवस्था 'साप्टा' एव स्वतन्त्र व्यापार व्यवस्था– 'साफ्टो' दक्षिण एशियाई देशो के व्यापारिक एव विपणन सहयोग की दृष्टि से अत्यन्त महत्वपूर्ण है।

'सार्क' के दसवे शिखर सम्मेलन 29–31 जुलाई 1998 मे श्रीलका की राजधानी 'कोलम्बो' मे भण्डार नायके मेमोरियल, अन्तर्राष्ट्रीय सभागार मे सम्पन्न हुआ। इस सम्मेलन के प्रमुख निर्णय निम्नलिखित थे–

1 'सार्क' के पूर्व दृष्टिकोण के अनुरूप दसवे शिखर सम्मेलन मे व्यापक परमाणु नि शस्त्रीकरण का आहवान किया गया।

2 घोषणा पत्र मे कहा गया है कि एनपीटी व सीटीबीटी सन्धियॉ नाभिकीय नि शस्त्रीकरण व विस्तार को रोकने मे विफल रही है, घोषणा–पत्र मे सभी देशो से चाहे, वह एनपीटी पर हस्ताक्षर कर्ता है अथवा नही परमाणु अप्रसार की दिशा मे पारदर्शक उपायो के साथ–साथ नाभिकीय अप्रसार के लिए आगे बढने को कहा गया है।

3 दक्षिण–एशिया मे सन् 2002 तक निर्धनता निवारण तथा स्वतन्त्र व्यापार के लिए प्रस्तावित 'साफ्टा' को सन् 2001 तक प्रभावी करने के लिए तेजी से कदम उठाने की बात घोषणा–पत्र में कही गयी है।

4 भारत के प्रधान मन्त्री अटल बिहारी बाजपेयी ने अपने सम्बोधन मे कहा कि भारत 1 अगस्त 1998 से 'सार्क' देशो से आयात किये गये लगभग 2000 उत्पादो पर से आयात प्रतिबन्धो को हटा लेगा तथा 'सार्क' देशो के लिए भारतीय बाजार खोल देगा। उन्होंने 'सार्क' देशो को एक साथ धनवान बनने का एक नया मन्त्र दिया।

टिप्पणी एव सदर्भ

1 एन साइक्लोपीडिया ब्रिटेनिका, यूनीवर्सिटी आफ शिकागो, पन्द्रहवा एडीसन, वाल्यूम 14, 1985 पृ0 188

2 डब्लू फ्रिडमैन एन इन्ट्रोडक्सन टू वर्ल्ड पालिटिक्स (मैकमिलन) पृ0 219

3 "कन्टीन्यूटी एड चेज इन पावर पालिटिक्स इन साउथ एशिया विद स्पेशल रेफरेश टू इडोपाक रिलेशस फ्राम 1971 टू 1987" डॉ0 दिनेश कुमार द्वारा प्रस्तुत अप्रकाशित पी एच डी थीसिस, 1988 पृ0 154–155

4 सामान्य अध्ययन, 1999–2000, पृ0 160

5 ESCAP- Economic and Social Commission for Asia and the Pacific

6 IPA- Integrated Programme of Action

7 IGG- Inter Govermental Group

8 राधवन (1995) पृ0 xx

अध्याय–4

सार्क के सदस्य देश

दक्षिणी एशिया "प्रदेश" के विकास के लिए दक्षिणी एशियाई देशो ने पारस्परिक सहयोग को प्रभावशाली बनाने तथा प्रादेशिक सहयोग के लिए 'दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन' "सार्क" का गठन किया जिसका मुख्यालय नेपाल की राजधानी 'काठमाण्डू' मे स्थित है। सार्क के सदस्य देश हैं– भारत, पाकिस्तान, बागलादेश, नेपाल, श्रीलका, भूटान तथा मालदीव।

यह भौगोलिक तथा सास्कृतिक रूप से दक्षिणी एशिया का एक अद्‌भुत एव विविधता पूर्ण क्षेत्र है। भूमडलीकरण (वैश्वीकरण)*1 के फलस्वरूप सम्पूर्ण विश्व को यदि हम एक देश के रूप मे स्वीकार करे तो इसमे दक्षिणी एशिया नामक सहयोग क्षेत्र को एक प्रदेश के रूप मे माना जा सकता है। इस 'तथाकथित प्रदेश'*2 के देश, क्षेत्र और जनसख्या, भाषा एव धर्म, मे एक दूसरे से भिन्न है किन्तु सहयोग के लिए आवश्यक राजनीतिक एव आर्थिक सकल्प विद्यमान है। 'सार्क' के 'कार्य के एकीकृत कार्यक्रम'*3 तेरह क्षेत्रो मे सहयोग के लिए प्रारम्भ किये गये है। ये क्षेत्र हैं– (1) कृषि, (2) शिक्षा, (3) स्वास्थ्य एव जनसख्या गतिविधिया, (4) अन्तरिक्ष विज्ञान, (5) डाक़ सेवाए, (6) नशीले पदार्थो के व्यापार की रोकथाम (7) ग्रामीण विकास, (8) विज्ञान एव तकनीकी, (9) खेल, (10) कला एव सस्कृति, (11) तार एव सदेश–वाहन (12) पर्यटन एव यातायात, तथा (13) विकास मे महिलाओ की भागीदारी।

'सार्क' के सदस्य देशो मे भारत दक्षिणी एशियाई प्रदेश का सबसे 'बडा' देश है। पाकिस्तान, बागलादेश, क्रमश दूसरे एव तीसरे बडे देश है। नेपाल, भारत के उत्तर मे स्थित है। भारत के दक्षिण एव दक्षिण–पश्चिम में क्रमश श्रीलका और मालदीव दोनो हिन्द महासागर मे स्थित 'द्वीप समूह' हैं।

प्रस्तुत अध्याय– 4 उक्त देशो के भौगोलिक, सामाजिक, सास्कृतिक, राजनीतिक एव आर्थिक बिन्दुओ पर एक सामान्य परिचय कराता है। इस अध्याय के अनुभाग 4 1 मे

*1 Gioblisation
*2 Socalled State
*3 Integrated Programme of Action- 'I P.A'

भारत, अनुभाग 42 मे पाकिस्तान, अनुभाग 43 मे बागला देश, अनुभाग 44 मे नेपाल, अनुभाग 45 मे श्रीलका, अनुभाग 46 मे भूटान, तथा अनुभाग 47 मे मालदीव का सामान्य परिचय कराया गया है।

4.1 भारत

दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन– 'सार्क' के सदस्य देशो मे 'भारत' का बहुत ही महत्वपूर्ण स्थान है। 'भारत' एशिया महाद्वीप के दक्षिणी भाग मे स्थित है।

भारत का अक्षाश एव देशान्तरीय विस्तार क्रमश $8^{0}4^{1}$ उत्तरी अक्षाश से $37^{0}6^{1}$ उत्तरी अक्षाश तथा $68^{0}7^{1}$पूर्वी देशान्तर से $97^{0}25^{1}$ पूर्वी देशान्तर तक है। भारत का कुल क्षेत्रफल 3287263 वर्ग किमी है।[1] जो विश्व के क्षेत्रफल का लगभग 22% है। क्षेत्रफल की दृष्टि से भारत का विश्व मे सातवा किन्तु दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन– 'सार्क' के देशो मे पहला स्थान है।

आक्सफोर्ड स्कूल एटलस (1993) के अनुसार 1991 मे भारत की कुल जनसख्या 84 करोड 43 लाख थी जो 11 मई सन् 2000 तक बढकर 100 करोड गयी। भारत मे विश्व की कुल जनसख्या का 16% जनसख्या निवास करती है। जनसख्या की दृष्टि से विश्व मे 'भारत' का 'दूसरा' स्थान है।

तालिका4.1

क्षेत्रफल की दृष्टि से 'सार्क' देशों की स्थिति

देश	क्षेत्रफल (वर्ग किमी में)	जनसख्या (1991 के अनु0)
1 भारत	3287263	844324222
2. पाकिस्तान	803943	105400000
3 बागला देश	144020	113340000
4 नेपाल	141400	18000000
5 श्रीलका	65609	16810000
6 भूटान	46600	1400000
7 मालदीव	298	219000

भारत की आकृति पूर्णत त्रिभुजाकार न होकर 'चतुष्कोणीय' है। धरातलीय बनावट के अनुसार भारत को चार भागो मे विभाजित किया गया हैं वे भाग हैं– हिमालय का पर्वतीय क्षेत्र, उत्तर का विशाल मैदान, दक्षिण का पठारी क्षेत्र तथा समुद्र तटीय मैदान।

भारत की धरातलीय बनावट मे भिन्नता होने के कारण जलवायु सम्बन्धी दशाओ मे भी बडी भिन्नता पायी जाती है। कर्क रेखा भारत को दो भागो– 'उत्तर और दक्षिण' मे विभाजित करती है। उत्तरी–पश्चिमी भाग मे थार–का विशाल मरूस्थल है जहॉ वर्ष भर मे 25 सेण्टीमीटर से भी कम वर्षा होती है जबकि उत्तरी और पूर्वी भाग मे वार्षिक वर्षा का औसत 1087 सेमी रहा है।

भारत के उत्तरी भाग का तापमान शून्य डिग्री सेण्टीग्रेड से भी कम हो जाता है। जैसे– जैसे हम उत्तर से दक्षिण की ओर बढते जाते है तापमान भी बढता जाता है, जिसका प्रमुख कारण 'भूमध्य रेखा' से दूरी का कम होना है। जहॉ उत्तरी भाग का तापमान $0^{o}c$ होता है तो वही मरूस्थलीय भाग का उच्चतम तापमान $50^{o}c$ तथा दक्षिणी भाग का न्यूनतम तापमान $20^{o}c$ के लगभग पाया जाता है। इस प्रकार स्पष्ट है कि भारत मे जलवायु की दशाओ मे देश के विभिन्न भागो मे अन्तर होता है।

ब्लैफोर्ड[2] ने भारत की जलवायु की विभिन्नताओ का उल्लेख करते हुए कहा है कि "हम भारत की जलवायु के विषय मे कह सकते है, जलवायु के विषय मे नही, क्योकि स्वय विश्व मे जलवायु की इतनी विषमताए नही मिलती जितनी अकेले भारत मे।" मार्सडेन के अनुसार[3] "विश्व की समस्त जलवायुए भारत मे पायी जाती हैं।"

भारत के धरातलीय बनावट मे भिन्नता होने के कारण, भारत के विभिन्न भागो मे विभिन्न प्रकार की मिट्टी भी पायी जाती है। पर्वतीय क्षेत्रो मे चूने वाली मिट्टी, चिकनी मिट्टी, पर्वतीय, मैदानी भागो मे दोमट मिट्टी, चिकनी दोमट, बलुई मिट्टी, चिकनी मिट्टी, आदि तथा पठारी क्षेत्रों मे लैटराइट मिट्टी, चिकनी मिट्टी पायी जाती है। स्पष्ट है कि भारत मे लगभग सभी प्रकार की मिट्टी पायी जाती है।

मिट्टी कृषक की अमूल्य सम्पदा है, देश का सम्पूर्ण कृषि उत्पादन इसी पर ही निर्भर करता है। भारत की जलवायु एव मिट्टी दोनो ही विभिन्न खाद्यान्न फसलो के उत्पादन

के अनुकूल है। इसलिए बडे पैमाने पर खाद्य एव पेय फसलो का उत्पादन किया जाता है। चावल, गेहूँ, गन्ना, ज्वार, बाजारा, मक्का, दलहन, तिलहन, जूट, कपास चाय, तम्बाकू आदि भारत की प्रमुख फसले है। जिसमे गन्ना, जूट, कपास, अरहर, तिलहन, चाय, सुपारी आदि व्यावसायिक एव मुद्रा दायिनी फसले है।

भारत की सस्कृति एव समाज–व्यवस्था विश्व की प्राचीनतम सस्कृतियो एव समाज–व्यवस्था मे से एक है। मिस्र, यूनान, रोम और भारत की सस्कृतिया विश्व की प्राचीनतम सस्कृतियो मे से है। समय के साथ विश्व की अन्य प्राचीन सस्कृतियाँ तो नष्ट हो गयी। अब उनके अवशेष मात्र ही बचे है। प्राचीन रोमन और यूनानी धर्मों का आज कोई अनुयायी नही है उनके द्वारा दिये गये विचारो से आज कोई प्रेरित नही होता, किन्तु हजारो वर्ष बीत जाने पर भी भारत की आदि सस्कृति एव समाज व्यवस्था आज भी जीवित है। आज भी हम भारत के वैदिक धर्म को मानते है, और पवित्र वैदिक मन्त्रो का तन्मयता के साथ यज्ञ एव हवन के समय उच्चारण करते हैं, तथा विवाह वैदिक रीति से होता है, गॉव–पचायत, जाति–प्रथा, सयुक्त परिवार प्रणाली आज भी विद्यमान है। गीता, बुद्ध, और महावीर के उपदेश आज भी इस देश मे जीवित ओर जागृत है, आध्यात्मवाद, प्रकृति–पूजा, पविब्रत धर्म, कर्म, और पुनर्जन्म, सत्य, अहिसा और अस्तेय के मूल आधार आज भी इस देश के लोगो को प्रेरित करती है। भारतीय जीवन के मूल आधार आज भी वही है जो प्राचीन–भारत मे थे। अनेक उत्थान और पतन तथा विदेशी आक्रमण के बावजूद आज भी भारतीय समाज एव सस्कृति का प्रकाशमय दीपक प्रज्वलित है।

भारत मे सभी धर्मो, जातियो प्रजातियो एव सम्प्रदायो के प्रति उदारता, सहिष्णुता एव प्रेम–भाव पाया जाता है। हमारे यहॉ समय–समय पर अनेक विदेशी सस्कृतियो का आगमन हुआ और सभी को फलने–फूलने का अवसर उपलब्ध रहा। यहॉ किसी भी सस्कृति का दमन नही किया गया और न ही किसी समूह पर सस्कृति थोपी ही गयी। अल्पसव्यक और बहुसख्यक दोनो की सस्कृतिया समान रूप से विधमान है। हिन्दू, सिक्ख, मुसलमान, बौद्ध, जैन, ईसाई सभी अपनी विशेषताए बनाये हुए हैं। अपवादो को छोडकर हमारे यहॉ धार्मिक युद्ध एव साम्प्रदायिक संघर्ष नही हुए है।

भारतीय समाज एव सस्कृति मे भौतिक सुख और भोग लिप्सा को कभी भी जीवन का ध्येय नही माना गया। भारतीय समाज से आत्मा और ईश्वर के महत्व को स्वीकार किया गया है और शारीरिक सुख के स्थान पर मानसिक एव आध्यात्मिक आनन्द को सर्वोपरि माना गया है। धर्म और आध्यात्मिकता भारतीय समाज व सस्कृति की आत्मा है। इसमे भोग एव त्याग का सुन्दर समन्वय पाया जाता है।

भारत के विभिन्न क्षेत्रो मे निवास करने वाले लोगो के परिवार, विवाह, रीति–रिवाजो, वस्त्र शैली, आदि मे पर्याप्त भिन्नता पायी जाती है इसके बावजूद भी भारतीय समाज, व्यवस्था एव सस्कृति मे एकता के दर्शन होते है। आध्यात्मवाद ईश्वर धार्मिक कर्मकाण्ड, पुन जन्म, स्वर्ग–नरक, आदि मे सभी भारतीयो का विश्वास है। हिन्दुओ एव मुसलमानो मे परस्पर कला, धर्म, खान–पान, रहन–सहन, भाषा एव साहित्य आदि, के क्षेत्र मे आदान–प्रदान होने के कारण समन्वय स्थापित हुआ है।

भारत विभिन्न धर्मो की जन्मभूमि है। हिन्दू, जैन, बौद्ध एव सिक्ख धर्मो का उदय भारत मे ही हुआ है तथा इस्लाम और इसाई धर्म विदेश से आयात किये गये हैं। प्रत्येक धर्म मे कई मतमतान्तर एव सम्प्रदाय पाये जाते हैं और उनके नियमो एव मान्यताओं मे अनेक विविधताए है। इतने के बावजूद भी विभिन्न धर्मावलम्बी सदियो से भारत मे एक साथ रह रहे हैं। ऊपरी तौर पर इन धर्मो मे हमे भिन्नता दिखायी देती है किन्तु सभी धर्म आध्यात्मवाद, ईश्वर नैतिकता, दया, ईमानदारी, पाप, पुण्य, स्वर्ग–नरक, सत्य अहिसा, आदि मे विश्वास करते है। देश के विभिन्न भागो मे स्थित तीर्थ–स्थानो ने विभिन्न धर्म के लोगो मे एकता का सचार किया है तथा धार्मिक सहिष्णुता एव समन्वय की भावना से भी एकीकरण मे योगदान दिया है।

भारत के विभिन्न भागो में हिन्दी, उर्दू, कश्मीरी, पजाबी, सिन्धी, गुजराती, राजस्थानी, बिहारी, उडिया, आसामी, तेलगू, तमिल, कन्नड एव मलयालम, आदि भाषाए बोली जाती है। भाषा की इस विविधता के बावजूद भी सभी भाषाओ पर सस्कृति का प्रभाव होने के कारण उनमे एकरूपता पायी जाती है। एक भाषीय लोग देश के विभिन्न भागो मे बसे हुए हैं। भारतीय सविधान में "हिन्दी" को राष्ट्र भाषा के रूप मे स्वीकार किया गया है। दूसरे शब्दों मे हम कह सकते हैं कि भारत के विभिन्न भागो मे लोगो के रहन–सहन मे बडी भिन्नता पायी जाती है। यहॉ अनेक धर्म व जाति के लोग रहते है। उनके खान–पान, वेश–भूषा रहन–सहन और

रीति–रिवाज मे बडी विविधता देखने को मिलती है फिर भी हम सब मिलजुलकर रहते हैं– क्योकि हम एक देश के निवासी हैं। इसीलिए कहा जाता है 'भारत मे विविधता मे एकता' है।

भारत की कुल जनसख्या का 52 2% जनसख्या साक्षर है। महिलाओ की तुलना मे पुरूषो की साक्षरता दर अधिक है। पुरूषो की साक्षरता 64 1% तथा महिलाओ की साक्षरता 39 3% है। साक्षरता दर मे वृद्धि करने तथा सभी को साक्षर बनाने के लिए सरकार अनेक योजनाए सचालित कर रही है। इन योजनाओ मे पोषाहार योजना, मध्यान्ह भोजन की व्यवस्था, अनिवार्य छात्रवृत्ति योजना 'नि शुल्क पुस्तक वितरण' योजना, आदि प्रमुख है।

राजनीतिक दृष्टि से भी विश्व के मानचित्र मे भारत की स्थिति बडी अनूठी है। यूरोप तथा अमेरिका के पश्चिमी भाग से भारत लगभग समान दूरी पर स्थित है। भारत की अन्तर्राष्ट्रीय राजनैतिक स्थलीय सीमा उत्तर पूर्व मे नेपाल, भूटान और चीन, पूर्व मे बागला देश, वर्मा पश्चिम तथा उत्तर–पश्चिम मे क्रमश पाकिस्तान तथा अफगानिस्तान स्थित है। भारत के ठीक दक्षिण मे हिन्द महासागर तथा श्रीलका और दक्षिण–पूर्व मे बगाल की खाडी तथा दक्षिण–पश्चिम मे अरब सागर और 'सार्क' का सबसे छोटा सदस्य देश मालदीव स्थित है। 'पाकिस्तान' एव अपवादो को छोडकर भारत का सभी अन्य सार्क देशो तथा विश्व के देशो से राजनैतिक सम्बन्ध अच्छे रहे हैं। इसके साथ ही साथ अपनी आवश्यकताओ की पूर्ति तथा–मधुर सम्बन्ध बनाये रखने के लिए अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर वस्तुओ का लेन–देन लगभग विश्व के सभी देशो से होता है। भारत का दक्षिणी भाग प्रायद्वीपीय अर्थात तीन–ओर से समुद्र से घिरा हुआ है। यहॉ भारत के बडे–बडे बन्दरगाह स्थित हैं, इन्ही बन्दरगाहो से विभिन्न वस्तुओ का आयात–निर्यात, विश्व के लगभग सभी देशो से होता है।

भारत की कुल जनसख्या का लगभग 70% जनसख्या गॉवो मे शेष शहरो मे रहती है। ग्रामीण जनसख्या का मुख्य व्यवसाय 'कृषि' है। आरम्भ मे भारत की राष्ट्रीय आय का मुख्य स्त्रोत 'कृषि' ही था, परन्तु अब धीरे–धीरे राष्ट्रीय आय मे कृषि का योगदान कम होता जा रहा है। सन् 1950–51 मे 'कृषि' का राष्ट्रीय आय मे योगदान 55 40% तथा 1960–61 मे 52% था, जो 1997–98 मे घटकर 27 5% हो गया। इसके अतिरिक्त रोजगार, औद्योगिक विकास, तथा अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार की दृष्टि से भी कृषि का बहुत अधिक महत्व है। सूती वस्त्र, चीनी, वनस्पति, बागान उद्योग तथ हथकरघा, बुनाई, तेल आदि बहुत से लधु एव

कुटीर उद्योगो को कृषि से ही कच्चा माल प्राप्त होता है। इसी प्रकार अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार का अधिकाश भाग कृषि से ही जुडा है। वर्ष 1997–98 मे देश के निर्यात मे कृषि वस्तुओ का अनुपात लगभग 18 8% तथा कृषि से बनी वस्तुओ का अनुपात लगभग 22% रहा है।

4 2 'पाकिस्तान'

भारत का पडोसी 'सार्क' सदस्य देश 'पाकिस्तान', भारत पश्चिम दिशा मे स्थित है। 14 अगस्त 1947 के पूर्व पाकिस्तान, भारत का ही भूभाग था, किन्तु स्वतन्त्रता प्राप्ति के समय ही हिन्दू–मुस्लिम भेद भाव के भारतीय भूभाग का बॅटवारा हो गया और मुस्लिम बहुत क्षेत्र को 'पाकिस्तान' की सज्ञा दी गयी। तभी से यहॉ एक स्वतन्त्र राष्ट्र है। पाकिस्तान, 60^0 55^1 पूर्वी देशान्तर से 75^0 35^1 पूर्वी देशान्तर तक फैला हुआ है। पाकिस्तान का कुल क्षेत्रफल 803943 वर्ग किमी है। आक्सफोर्ड स्कूल एटलस (1993) के अनुसार वर्ष 1991 मे पाकिस्तान की कुल जनसख्या 10 करोड 54 लाख थी। वर्तमान समय मे इसकी जनसख्या लगभग 12 करोड हो गयी है। पाकिस्तान की राजधानी 'इस्लामाबाद' है।

पाकिस्तान की धरातलीय बनावट एक समान नही है। इसके भू–क्षेत्र मे पर्वत, पठार, मैदान और मरूस्थल सभी पाये जाते है। पाकिस्तान का उत्तर–पश्चिमी भाग 'पर्वतीय' तथा दक्षिणी–पश्चिमी भाग 'पठारी' एव मध्यवर्ती भाग मैदानी है। इसके पर्वतीय क्षेत्र को पर्वतारोहियो का स्वर्ग कहा जाता हैं मैदानी भाग का निर्माण, पाकिस्तान की प्रमुख नदी सिन्धु एव उसकी सहायक नदियो के द्वारा बहाकर लाये हुए अवसादो के जमने से हुआ है, जिसके कारण यह बहुत ही उपजाऊ है। इसके मैदानी भाग का निर्माण सिन्धु नदी के निक्षेपो से होने के कारण 'पाकिस्तान' को 'सिन्धु का वरदान' कहा जाता है। सिन्धु नदी के पूर्व मे मरूस्थलीय क्षेत्र का विस्तार है, जिसमे कई किलोमीटर लम्बे रेत के टीले पाये जाते है।

पाकिस्तान की धरातलीय बनावट मे भिन्नता होने के कारण यहॉ की जलवायु मे भी भिन्नता पायी जाती है। ग्रीष्मकाल मे कडी गर्मी तथा शीतकाल में कडी सर्दी पडती है, अधिकांश मौसम 'शुष्क' एव स्वच्छ रहता है। ग्रीष्मऋतु मे तापमान लगभग 49^0 सेन्टीग्रेड तक पहुँच जाता है। पाकिस्तानी भू–क्षेत्र, अरब सागर मानसूनी शाखा से बाहर और बगाल की खाडी से दूर होने के कारण वहॉ तक पहुँचते ही उसकी आर्द्रता समाप्त हो जाती है, जिसके

कारण पाकिस्तान मे कम वर्षा होती है। शीतऋतु मे भूमध्य सागरीय चक्रवातो से कुछ वर्षा हो जाती है। किन्तु पाकिस्तान मे नहरो का जाल बिछा हुआ है। नहरों से ही सिचाई का कार्य होता है।

पाकिस्तान के मैदानी भाग का निर्माण सिन्धु एव उसकी सहायक नदियो के अवसाद से होने के कारण यह बहुत ही उपजाऊ है। यहाँ 253 लाख हेक्टेयर भूमि कृषि योग्य है, जिसमे मुख्य रूप से गेहूँ, गन्ना, कपास, ज्वार, बाजारा, तथा मक्का की खेती होती है। पाकिस्तान की अधिकाश जनसख्या कृषि मे लगी हुई है।

पाकिस्तान के सामाजिक एव सास्कृतिक एव पहलू का अध्ययन करने से पता चलता है कि– इसका जनसख्या घनत्व 99 व्यक्ति प्रति वर्ग किमी है। पाकिस्तान के पहाडी तथा मरूस्थलीय भागो मे जन–घनत्व बहुत ही कम है। पाकिस्तान मे 'इण्डो आर्यन' समूह के लोग अधिक है। पाकिस्तान मे 14% ईसाई, 15% हिन्दू तथा 96% मुसलमान है। मुसलमानो के अधिकता के कारण ही इसे 'मुस्लिम राष्ट्र' की सज्ञा दी गयी है। इस देश की कुल जनसख्या का लगभग 75% जनसख्या गॉवो मे निवास करती है। पाकिस्तान का शासकीय धर्म 'इस्लाम' होने के कारण अरब राष्ट्रो से पाकिस्तान को अधिकाधिक सहायता प्राप्त होती है। जिससे अनेक इस्लामी धार्मिक केन्द्र, जलापूर्ति, शिक्षा आदि की व्यवस्था की जा रही है। पाकिस्तान की साक्षरता 26% है। यहाँ लिखने–पडने, गिनने, नापने आदि की प्रथा पहले से ही मौजूद है।

पाकिस्तान की राष्ट्रीय भाषा 'उर्दू' हैं, इसके अतिरिक्त यहाँ पजाबी, पश्तो आदि भाषाए भी बोली जाती हैं। पाकिस्तान के निवासियो का जीवन भारतवासियो के रहन–सहन से मिलता–जुलता है। पाकिस्तान के पुरूष सलवार–कमीज, लुगी, कुर्ता, टोपी पहनते हैं। स्त्रिया अधिकतर सलवार कमीज व बुरका पहनती है।

पाकिस्तान की राजनैतिक स्थित का विहगाव लोकन करने से स्पष्ट होता है कि इसकी पश्चिमी सीमा पर ईरान, उत्तरी तथा उत्तर–पश्चिमी सीमा पर अफगानिस्तान, दक्षिणी सीमा पर अरब सागर एव पूर्वी सीमा पर 'भारत' स्थित है। भारत और पाकिस्तान के बीच की सीमा रेखा 'रेडक्लिाफ' पूर्णत स्थलीय एव कृत्रिम है, जो कश्मीर से प्रारम्भ होकर पजाब, पश्चिमी राजस्थान, एव कच्छ की सीमा तक फैली है। पाकिस्तान मे कुल छ प्रान्त क्रमश

बलूचिस्तान पजाब, सिन्ध, उ0प्र0 सीमान्त, सघ शासित जन जातीय प्रदेश, तथा सघीय राजधानी प्रदेश–इस्लामाबाद है। आरम्भिक काल मे पाकिस्तान की राजधानी 'करॉची' थी किन्तु 1959 मे 'रावलपिण्डी' तथा वर्तमान समय मे 'इस्लामाबाद' है।

पाकिस्तान की विदेश नीति का आधार 'भारत–विरोध' रहा है। कश्मीर का प्रश्न, इस नीति की प्रमुख अभिव्यक्ति है। कश्मीर दिलाने मे जो राष्ट्र पाकिस्तान की सहायता करे, वह उसका मित्र है और जो इसके विरूद्ध आचरण करे वह पाकिस्तान का शत्रु है। पाकिस्तान अग्रेजी हूकूमत' की 'फूट डालो और राज्य करो' की कूटनीतिक भावना से ग्रसित होने, तथा भारत के प्रति घृणा की नीति अपनाने के फलस्वरूप स्वय इस नीति का शिकार हो गया और 17 दिसम्बर 1971 को 'पश्चिमी ओर पूर्वी पाकिस्तान' के रूप मे दो टुकडो मे विभाजित हो गया। यही पश्चिमी पाकिस्तान ही वर्तमान 'पाकिस्तान' के नाम से जाना जाता है। 'पूर्वी पाकिस्तान' को 'बागला देश' के नाम से स्तवन्त्र राष्ट्र' घोषित कर दिया गया। कूटनीतिक भावना से ग्रसित होने के कारण पाकिस्तान, भारत द्वारा 'शान्ति एव मित्रता' के बढाये हुए 'हाथ' को ठुकरा दिया और कुछ विदेशी शक्तियो को दुष्प्रेणा से कई बार भारत पर आक्रमण किया किन्तु उसे भारत के सामने नतमस्तक होना पडा।

इसके फलस्वरूप पाकिस्तान ने 1976 से आर्थिक सामाजिक एव कूटनीतिक–सास्कृतिक सम्बन्धो के लिए भारत से सन्धि की, किन्तु यह सब मात्र एक दिखावा ही था, अन्दर से भारत के प्रति पाकिस्तान ईर्ष्या की भावना मे डूबा रहा किन्तु भारत पाकिस्तान से सदैव मधुर सम्बन्ध बनाने के प्रयास मे लगा रहा। इसी सन्दर्भ मे भारतीय प्रधानमन्त्री " श्री अटल बिंहारी बाजपेयी[5] ने 20 फरवरी 1999 को पश्चिमी सीमा पर बाघा चौकी से लाहौर तक 'बस' सेवा का सचालनकर सद्‌भावना–यात्रा की।" पाकिस्तान ने इस बस सेवा एव यात्रा का स्वागत किया किन्तु भारत के कश्मीर राज्य पर अपना अधिपत्य जमाने के लिए अन्दर ही अन्दर भारी सख्या मे अपने घुसपैठियो को, बटालिक, ड्रास, और कारगिल आदि क्षेत्रो मे जाल बिछा दिया और अन्तत जून 1999 मे पुन भारत और पाकिस्तान के बीच 'कारगिल युद्ध' छिड गया और तभी से भारत और पाकिस्तान के बीच की दूरी पुनः बढ गयी। दुराव का कोई अद्यतन कारण नहीं है बल्कि 'पाकिस्तान' के प्रार्दुभाव काल से ही चला आ रहा है।

भारत के विभाजन के पूर्व पाकिस्तानी क्षेत्र, भारत का एक कृषि प्रधान प्रदेश था, जो विभाजन के फलस्वरूप पाकिस्तान के हिस्से मे पडा। इसलिए पाकिस्तान की आय का मुख्य स्त्रोत कृषि ही रहा है गेहूँ, चावल, गन्ना और कपास पाकिस्तान की मुख्य फसले है। अच्छी किस्म के लम्बे रेशे वाले अक्षरो की कपास पैदा किये जाते है जिसका भारी मात्रा मे विदेशो को निर्यात करता है। खनिज उत्पादन एव कच्चे माल की कमी के कारण पाकिस्तान का औद्योगिक विकास बहुत ही नाममात्र का ही हो पाया था किन्तु 1947 के बाद पाकिस्तान ने अपने आर्थिक, सामाजिक, एव औद्योगिक विकास के लिए विभिन्न पचवर्षीय योजनाओ का सचालन किया। इन योजनाओ की सहायता से पाकिस्तान मे खाद्यान्न एव कच्चेमाल का उत्पादन तो बढा ही इसके साथ–साथ नये–नये उद्योगो जैसे– इन्जीनियरिंग, रसायान, सूती वस्त्र, जूट, चीनी, चमडा, और कालीन आदि अद्योगो की स्थापना हुई।

4.3 बांगलादेश

भारत का पडोसी 'सार्क' सदस्य– 'बॉगला देश' भारत के पूर्व मे स्थित है। सन् 1971 के पूर्व बागला देश, पाकिस्तान का ही भूभाग था, कूटनीतिक भावना एव आपसी भेदभाव के कारण पाकिस्तान, पश्चिमी एव पूर्वी पाकिस्तान के रूप मे दो भागो मे विभाजित हो गया। पश्चिमी भाग मे पजाबियो एव पूर्वी भाग मे बगालियो की अधिकता के कारण इसे क्रमश 'पाकिस्तान' और 'बागला देश' की सज्ञा दी गयी। इसके फलस्वरूप 'पूर्वी पाकिस्तान' को 1971 मे पूर्ण रूप से स्वतन्त्र राष्ट्रघोषित कर दिया और तभी से बागला देश का जन्म हुआ।

बागला देश विस्तार $20^0 15^1$ उत्तरी अक्षाश से $26^0 50^1$ उत्तरी अक्षाश तक एव 88^0 पूर्वी देशान्तर से $92^0 45^1$ पूर्वी देशान्तर तक है। बागलादेश का क्षेत्रफल 141020 वर्ग किमी है।[6] आक्सफोर्ड स्कूल एटलस (1993) के अनुसार 1991 मे बागला देश की जनसख्या 11 करोड 34 लाख थी जो वर्तमान समय मे बढकर लगभग 14 करोड हो गयी है। बागला देश की राजधानी 'ढाका' है।

बागलादेश का अधिकाश भू–भाग मैदानी है। इस मैदानी भाग का निर्माण, गंगा–ब्रम्हपुत्र तथा उनकी सहायक नदियो द्वारा लाये हुए अवसादो के जमने से हुआ है। गंगा–ब्रम्हपुत्र तथा उनकी सहायक नदियो मे प्रतिवर्ष बाढ आने से नये अवसाद फैल जाते

है फलस्वरूप मैदान की उर्वरा शक्ति मे वृद्धि हो जाती है। इस मैदानी भाग की समुद्रतल से ऊॅचाई 25 मीटर सेमी कम होने के कारण नदियो का प्रवाह मन्द हो जाता है जिसके कारण बगाल की खाडी मे डेल्टाई प्रदेश का विस्तार होता जा रहा है।

बागला देश की जलवायु मानसूनी है। ग्रीष्मऋतु मे अत्यधिक गर्मी तथा शीतऋतु मे अत्यधिक ठण्डी पडती है। ग्रीष्मऋतु मे औसत तापमान 37°c तथा शीतऋतु मे 17°c के आस–पास रहता है। वार्षिक वर्षा का औसत 175 सेमी से भी अधिक होता है। बागला देश मे अधिकाश वर्षा मार्च से अक्टूबर तक बगाल की खाडी के मानसून से होती है। जैसे– जैसे हम पूर्व से पश्चिम की ओर बढते जाते है वर्षा की मात्रा घटती जाती है। बागला देश बिल्कुल समुद्र के किनारे स्थित होने के कारण मार्च एव अप्रैल महीने मे भी थोडी बहुत वर्षा हो जाती है।

बागला देश का सम्पूर्ण भाग समतल उपजाऊ मैदान है। धान तथा जूट यहॉ की मुख्य फसल है। इसके अतिरिक्त 'चाय' की भी खेती होती है। बागला देश, जूट उत्पादन की दृष्टि से विश्व मे प्रथम स्थान पर है। इस देश की जनसख्या कृषि के अतिरिक्त उद्योगो मे भी लगी हुई है। कुछ लोग नदियो, जलाशयो तथा समुद्र मे मछली पकडने का कार्य करते है। "चावल और मछली" यहॉ के लोगो का मुख्य भोजन है।

बागला देश की राष्ट्रभाषा "बागला" है। इसके अतिरिक्त 'उर्दू' भाषा का भी प्रयोग होता है। देश की जनसख्या का लगभग 95% जनसख्या बगाली भाषा का प्रयोग करती हैं। बागला देश की सस्कृति, भाषा, लोकाचार, खान–पान, रहन–सहन, वेश भूषा, सामाजिक आर्थिक व्यवस्था, जीवन शैली आदि पाकिस्तान से भिन्न है। इसी भिन्नता के कारण ही पाकिस्तान का पुन बटवारा– पश्चिमी पाकिस्तान और पूर्वी पाकिस्तान के रूप मे हुआ।

बागला देश मे हिन्दू, मुस्लिम, बौद्ध और इसाई आदि सम्प्रदाय के लोग रहते हैं। बागला देश मे बागला देश की कुल जनसख्या का 86 6% मुसलमान 12 1% हिन्दू तथा शेष बौद्ध, इसाई आदि सम्प्रदाय के लोग है[7]। अत स्पष्ट है कि बागला देश का प्रमुख धर्म "इस्लाम" है।

बांगला देश की कुल जनसख्या का लगभग 33% जनसख्या साक्षर है। स्त्रियो की तुलना मे पुरूष अधिक साक्षर हैं। अर्थात बागला देश मे स्त्रियो की तुलना मे पुरूषो अर्थात लडकियो की तुलना मे लडको की शिक्षा पर विशेष ध्यान दिया जाता है। बागला देश

मे स्त्रियो की तुलना मे पुरूषो की साक्षरता "दुगुनी" है।

बागला देश की राजनैतिक स्थिति पर दृष्टि डालने से पता चलता है कि दक्षिण एव दक्षिण–पूर्वी सीमा को छोडकर शेष ओर से यह देश भारतीय राज्यो से घिरा हुआ है। पश्चिम एव उत्तर–पश्चिम मे पश्चिम बगाल, उत्तर मे मेघालय एव आसाम, तथा पूर्व मे त्रिपुरा भारत के राज्य है, तथा दक्षिण–पूर्व मे 'बर्मा' और दक्षिण मे "बगाल की खाडी" है। बागला देश की सीमाओ का सम्पर्क भारतीय राज्यो से अधिक होने के कारण ही प्रार्दुर्भाव काल से ही दोनो के मधुर सम्बन्ध रहे है। दोनो देश अपनी आर्थिक, सामाजिक, राजनीतिक स्थिति को मजबूत बनाने के लिए समय–समय पर अनेक समझौता किये है।

भारत एव बागला देश अपनी आर्थिक एव राजनीतिक स्थिति को मजबूत करने के लिए विगत वर्ष 19 जून 1999 को 'कलकत्ता' (भारत) से बागला देश की राजधानी 'ढाका' तक 'बस सेवा' का सचालन किया, तथा भारत, बागलादेश को अपनी ढाचागत सुविधाओ के विकास के लिए 2 अरब का ऋण देने के लिए 20 जून 1999 को सहमत हुआ। इसी सन्दर्भ मे भारतीय प्रधानमन्त्री श्री अटल बिहारी बाजपेयी तथा बागला देश की प्रधानमन्त्री श्रीमति शेख हसीना ने एक समझौते पर हस्ताक्षर भी किये जिससे दोनो के सम्बन्धो मे प्रगाढता आयी है।[8]

कृषि बागला देश के अर्थतन्त्र की आधार शिला है। खनिजो के अभाव एव कच्चेमाल की कमी के कारण बागला देश का औद्योगिक विकास अल्पमात्रा मे हुआ है। इस प्रकार सम्पूर्ण अर्थव्यवस्था कृषि पर ही निर्भर है। कृषि से न केवल सकल घरेलू उत्पाद का आधा (507) भाग प्राप्त होता है बल्कि देश की 80% कार्यशील जनसख्या को जीवन–यापन के लिए रोजगार भी मिलता है। चावल जूट, गन्ना, चाय देश की प्रधान फसले हैं। मछली पकडना प्रमुख व्यवसाय है। इसके अतिरिक्त, जूट, कागज, सीमेण्ट आदि के भी कल–कारखानें है।

4.4– नेपाल

नेपाल, भारत का एक निकटतम पडोसी तथा दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन– 'सार्क' का सदस्य देश है। यह भारत के उत्तर मे हिमालय पर्वत की सुरम्य गोद मे स्थित है।

नेपाल का विस्तार 26°20' उत्तरी अक्षाशा से 30°10' उत्तरी अक्षाश तक तथा 80°4' पूर्वी देशान्तर से 88°12' पूर्वी देशान्तर के मध्य है। पूरब से पश्चिम तक इसकी लम्बाई लगभग 880 किलोमीटर तथा उत्तर से दक्षिण तक इसकी चौडाई लगभग 230 किलोमीटर है। आक्सफोर्ड स्कूल एटलस– (1993) के अनुसार नेपाल का कुल क्षेत्रफल 141400 वर्ग किलोमीटर है[9]। नेपाल, क्षेत्रफल की दृष्टि से दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन– 'सार्क का चौथा' बडा देश है। भारत के पडोसी देशो मे भी क्षेत्रफल की दृष्टि से चौथा स्थान है।

आक्सफोर्ड स्कूल एटलस– (1993) के ही अनुसार 1991 मे नेपाल की कुल जनसख्या 1 करोड 80 लाख थी, वर्तमान समय मे नेपाल की कुल जनसख्या 2 करोड हो जाने का अनुमान है। जनसख्या की दृष्टि से भी 'सार्क' देशो मे नेपाल का चौथा स्थान है।

नेपाल की धरातलीय सरचना मे काफी विषमता है। इसका 73% भूभाग पर्वतीय तथा शेष भूभाग भॉवर व तराई वाला है। नेपाल के कुल क्षेत्रफल का लगभग 15% भूभाग वर्ष भर बर्फ से ढका रहता है। धरातलीय बनावट के आधार पर नेपाल को पॉच प्राकृतिक भागो मे बाटा गया है। ये भाग हैं– तराई प्रदेश, शिवालिक प्रदेश, महाभारत लेख श्रेणी प्रदेश, मध्यवर्ती पर्वतीय प्रदेश तथा हिमालय पर्वत का उच्च प्रदेश। नेपाल के कुल क्षेत्रफल का 20% भूभाग 3000 मीटर 50% भाग 1500 मीटर तथा 10% भाग 300 मीटर से अधिक ऊॅचा है। जैसे–2 हम दक्षिण से उत्तर की ओर बढते जाते हैं ऊॅचाई बढती जाती है। उत्तर के पर्वतीय भाग की ऊॅचाई 8000 मीटर से भी अधिक है। विश्व के दस सर्वोच्च शिखरो मे आठ शिखर नेपाल मे ही स्थित है। विश्व का सर्वोच्च पर्वत शिखर "एवरेस्ट" नेपाल मे ही स्थित है, जिसकी ऊॅचाई 8848 मीटर है। उत्तर मे हिमाच्छादित भूभाग से निरन्तर बहने वाली नदिया उद्गमित होती है। गण्डक, कोसी, करनाली तथा घाघरा नेपाल की प्रमुख नदिया है।

नेपाल की धरातलीय सरचना मे विषमता होने के कारण यहॉ की जलवायु मे भी अत्यधिक भिन्नता पायी जाती है। फिर भी अपवादो को छोडकर यहॉ की जलवायु मानसूनी ही है। काठमाण्डू की घाटी मे ग्रीष्म–ऋतु मे मोहक जलवायु पायी जाती है। दक्षिणी तराई भाग में उपोष्ण कटिबन्धीय जलवायु एव प्राकृतिक वनस्पतिया पायी जाती है। इसके अतिरिक्त मध्यवर्ती घाटियो एव पहाडो पर ऊॅची पर्वत श्रेणियो की दिशा मे ढाल के अनुसार उपोष्ण कटिबन्धीय तथा शीत– जलवायु पायी जाती है। नेपाल के ऊॅचे पर्वत शिखर वर्ष भर

बर्फ से ढके रहते है। नेपाल मे मार्च से अगस्त तक ग्रीष्म ऋतु तथा अक्टूबर से अप्रैल तक शीतऋतु रहती है। वर्षा ग्रीष्म ऋतु मे जून से सितम्बर तक होती है। यहॉ वर्षा का वार्षिक औसत 200 सेमी तक रहता है।

धरातली बनावट मे भिन्नता के कारण नेपाल की मिट्टी मे भी विविधता पायी जाती है। मध्यवर्ती घाटियो तथा तराई क्षेत्र मे उपजाऊ जलोढ मिट्टी पायी जाती है। इसके अतिरिक्त लैटराइट, भूरी वाटजालिक आदि मिट्टियॉ पायी जाती है। जनसख्या की अधिकता एव औद्योगीकरण की न्यूनता के कारण नेपाल मे खाद्यान्न फसलो की प्रधानता है। चावल, मक्का गेहूॅ, एव जौ नेपाल की प्रमुख खाद्यान्न फसले है इसके अतिरिक्त जूट गन्ना, तम्बाकू तिलहन एव अन्य मसालो की भी खेती होती है। सम्पूर्ण कृषि क्षेत्र के 50% भाग मे चावल तथा 20% भाग मे मक्का की खेती होती है। देश की सम्पूर्ण आय का 70% भाग कृषि से ही प्राप्त होता है। देश की कुल जनसख्या का 86% जनसख्या कृषि कार्य मे लगी हुई है।

नेपाल की सामाजिक–सास्कृतिक सरचना भी उसके भौतिक–विभाजन की तरह तीन भागो मे विभाजित है। उत्तर तथा दक्षिण के सीमान्त क्षेत्रो मे उनसे लगे उसके पडोसी राष्ट्रो के निवासियो की सामाजिक–सास्कृतिक मूल्य एव मान्यताओ का जबरदस्त प्रभाव पडा है। विभिन्न क्षेत्रो मे वहॉ के निवासियो द्वारा विभिन्न भाषाए बोली जाती है। पर्वतीय क्षेत्रो मे रहने वाली प्रमुख जातियो–लिम्बू, गुरूंग, तामग, सुनवार, राई, किरात आदि सभी जातियो के लोग तिब्बत वर्मी समूह मे गिने जाते है। इसी तरह तराई क्षेत्र मे प्रभावी भाषाओ–भोजपुरी, मैथिली, थारू, हिन्दी भारतीय समूह मे गिनी जाती हैं एव भारतीय प्रदेशो उत्तर प्रदेश तथा बिहार प्रदेशो के लोगो मे प्रचलित है।

इसके साथ–साथ सामाजिक सरचना का स्वरूप जाति व्यवस्था, मूल्य एवं परम्परा मे सभी उत्तरी तथा दक्षिणी क्षेत्र के निकटवर्ती पडोसी राष्ट्रो के प्रदेशो से पूर्णरूपेण प्रभावित रही है। नेपाल मे मुख्य रूप से दो धर्मो– हिन्दू तथा बौद्ध धर्म का बोलबाला है। यद्यपि हिन्दू धर्म पूरे देश मे प्रचलित है फिर भी तराई क्षेत्र की बहुसख्यक जनता हिन्दू धर्म को मानने वाली है। हम जैसे– जैसे तराई से उत्तर दिशा की ओर बढते जाते हैं, बौद्ध धर्म का प्रभाव बडता जाता है। इस प्रकार हिन्दू तथा बौद्ध दो प्रमुख धर्मो की निर्णायक भूमिका

है। नेपाल मे भारतीय सस्कृति का बोलबाला है और दूसरी सस्कृति हिमालय के उत्तर से आयी है। दोनो सस्कृतियो का समन्वित रूप मुख्य रूप से मध्य क्षेत्र मे देखने को मिलता है। नेपाल मे अति प्राचीनकाल से ही हिन्दू शासको ने बौद्ध तथा नेवार प्रजा पर शासन किया है। शताब्दियो से दोनो जातिया एक दूसरे के साथ रहती आयी है तथा दोनो धार्मिक समूहो ने एक दूसरे को प्रभावित किया है। नेवार जाति ने हिन्दू जाति प्रथा को पूर्ण रूप से स्वीकार किया परन्तु अश्पृश्यता जैसी बुराइयो को स्थान नही दिया है। इस प्रकार नेपाल मे सास्कृतिक एकता का तत्व प्रवल रहा है।

नेपाल मे अभी भी व्यापक निरक्षरता है। सन् 1981 की जनगणना के अनुसार मात्र 25% जनसख्या साक्षर रही है। नेपाल मे 1250 प्राथमिक विद्यालय, 1000 पूर्वमाध्यमिक विद्यालय तथा 65 महाविद्यालय एव तीन विश्वविद्यालय है।

नेपाल की राजनैतिक स्थिति पर दृष्टि डालने से पता चलता है कि इसकी प्राकृतिक एव राजनैतिक सीमाए उत्तर दिशा मे साम्यवादी चीन के पास से होकर गुजरती है। वास्तव मे हिमालय की ये श्रेणिया तथा तिब्बत के सीमावर्ती पर्वत शिखर नेपाल के लिए उसकी प्राकृतिक सीमा की सरचना करते है। नेपाल–चीन की सीमा रेखा का निर्धारण 1961 मे नेपाली–चीनी सन्धि के द्वारा किया गया था।

इस देश की दक्षिणी सीमा भारत के साथ जुडती है जो 800 किलोमीटर लम्बी तथा खुली हुई है। दोनो देशो की इस सीमा पर एक निश्चित दूरी पर सीमा स्तम्भ लगे हुए हैं जो दोनो देशो की अन्तर्राष्ट्रीय सीमा का निर्धारण करते है। यह सीमा रेखा पूर्व मे सिक्किम, पश्चिमी बगाल, बिहार एव उत्तर प्रदेश के कुमायू हिमालय से जुडी हुई है। उत्तर–पूर्व दिशा की ओर नेपाल की सीमाए भारतीय राज्य सिक्किम को स्पर्श करती है जिसे कचनजगा तथा सिंधालिका की श्रेणिया इसे पृथक करती है।

नेपाल की पश्चिमी सीमा रेखा का निर्धारण दोनो देशो के बीच बहने वाली महाकाली नदी के द्वारा होता है। अत- इस भौगोलिक स्थिति के कारण नेपाल, अफगानिस्तान, मगोलिया, तथा वोत्सवाना जैसे राष्ट्रो के सदृश एक 'भू–परिवेष्ठित' राष्ट्र है जिसका प्रत्यक्षत समुद्र तक प्रवेश नहीं है। जिसके कारण इस समुद्र तट तक पहॅचने मे 1120 किलोमीटर

लम्बी दूरी तय करनी पडती है। इतना ही नही इसके पास समुद्र तक पहुँचने का मार्ग केवल भारत से ही होकर जाता है। इसलिए व्यापार तथा पार गमन की सुविधा प्राप्त करने हेतु यह अपने दक्षिणी पडोसी राष्ट्र 'भारत' पर ही पूर्ण रूप से निर्भर है।

नेपाल की अर्थव्यवस्था कृषि पर आधारित है एव वर्तमान प्रवृत्तियो को देखने से लगता है कि आगे आने वाले दशको मे भी यही प्रवृत्ति रहेगी। प्राकृतिक ससाधनो की दृष्टि से निर्धन होने के कारण यहॉ तीव्र औद्योगीकरण का विकास नही हो सका है। इसलिए नेपाल मे एक ऐसे अर्थतन्त्र की आवश्यकता है जो लोगो की न्यूनतम आवश्यकताओ को पूरा करने मे सक्षम हो। अर्थतन्त्र को नई दिशा देने के लिए यहॉ पचवर्षीय योजनाओ के माध्यम से विभिन्न क्षेत्रो मे पूँजी निवेश किया गया है परन्तु अभी तक इसका प्रतिफल नही प्राप्त हुआ है। पडोसी देशो एव अन्तर्राष्ट्रीय सस्थाओ द्वारा प्रदत्त सहायता के बावजूद भी विश्व के चार निर्धन देशो मे एक है। सन् 1986 मे नेपाल की प्रति व्यक्ति आय मात्र 150 डालर थी।

नेपाल की प्रति व्यक्ति आय ही कम नही है बल्कि प्रति व्यक्ति आय वृद्धि दर भी (1965–85) मे औसत 0 1 प्रतिशत वार्षिक) विश्व मे न्यूनतम है। जबकि 1973–84 मे मुद्रा स्फीति की वार्षिक दर 8 1 प्रतिशत रही। जनसख्या की तीव्र वृद्धि दर (2 4% वार्षिक) होने के कारण यहॉ सकल घरेलू उत्पाद मे तीव्र वृद्धि के बावजूद प्रति व्यक्ति आय मे तीव्र वृद्धि नही हो पा रही है। सन् 1965 मे कृषि, उद्योग एव सेवा क्षेत्र से सकल घरेलू उत्पादन का क्रमश 65%,11% एव 23% प्राप्त हुआ जबकि 1985 मे योगदान क्रमश 62%, 12% एव 26% हो गया।

सम्प्रति नेपाल के आर्थिक विकास मे दो प्रमुख बाधक तत्व क्रमश कृषि उत्पादन मे स्थिरता' एव भारत से तनाव पूर्ण सम्बन्ध का होना रहा है। यह देश अपनी विकासात्मक योजनाओ एव आवश्यकताओ को पूरा करने के लिए दूसरे देशो पर निर्भर है। पर्वतीय स्थल से परिवृत्त होने के कारण इसका अधिकाश व्यापार भारत या भारत के रास्ते से होता है। दोनो देशो के मध्य यह व्यापार "व्यापार एव पारगमन सधि" के द्वारा नियमित होता है। मार्च 1989 में इस सधि की अवधि समाप्त हो जाने कारण नेपाल मे आवश्यक वस्तुओ का घोर सकट उत्पन्न हो गया था। फिर भी भारत का रूख लचीला होने के कारण शीघ्र ही इस समस्या का समाधान कर लिया गया।

इस देश का व्यापार सन्तुलन प्रतिकूल है। चूकि आयात की मात्रा निर्यात से अधिक (1984 मे आयात एव निर्यात क्रमश 437 तथा 111 मिलियन डालर) रहा है। अर्थात बचत न होने के कारण पूँजी निवेश को बढावा नही मिलता फलस्वरूप विकास दर न्यून है। कुल निर्यात का 48% प्राथमिक उत्पादो से 28% वस्त्र उद्योग से एव 24% विनिर्माण उद्योगो से प्राप्त होता है। अत स्पष्ट है कि निर्यात के लिए वही वस्तुए उपलब्ध होती है जिनकी अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार मे प्रतिस्पर्धा एव मूल्य मे अस्थिरता होती है। निर्यात सरचना के विपरीत कुल आयात मे मशीनरी यातायात सामग्री एव अन्य विनिर्माण सामग्रियो का योगदान 71% है जबकि खाद्य–प्रदार्थ, ऊर्जा एव प्राथमिक उत्पादो का प्रतिशत क्रमश 15, 11 व 4 है।

नेपाल के विकास कार्यो मे सबसे अधिक धन भारत का ही लगा है। नेपाल को भारत से हर तरह का प्रशिक्षण, तकनीकी और गैर तकनीकी भी मिलता है। कोलम्बो योजना के अन्तर्गत भी भारत ने अनेक नेपाली नागरिको को प्रशिक्षण दिया है। भारत मे नेपाल की जिन परियोजनाओ के लिए सहायता दी है, उनमे देवी घाट, त्रिशूल, करनाली, पचेश्वर जल–विद्युत परियोजनाए, त्रिभुवन गणपथ, काठमाण्डू–त्रिशूली मार्ग, त्रिभुवन हवाई अड्डा, काठमाण्डू रक्सौल टेलीफान सयन्त्र, चत्र नहर परियोजना, कोसी और गण्डक परियोजना भू–वैज्ञानिक अनुसधान तथा खनिज खोज–बीन का काम वीरमज और हितौदा रेल निर्माण तथा काठमाण्डू घाटी के एक उपनगर पाटन मे एक औद्यौगिक बस्ती की स्थापना आदि प्रमुख है।

सन् 1980–98 की अवधि, भारत–नेपाल सम्बन्धो मे उतार–चढाव का रहा है। 23 मार्च 1989 को भारत और नेपाल के मध्य द्विपक्षीय व्यापार सधि की तिथि समाप्त होने के पश्चात् दोनो देशो के मध्य सौहार्द के वातावरण मे कमी आयी है।

4.5 श्रीलंका

भारत के पडोसी 'सार्क' देशों मे 'श्रीलका' भी एक है। श्रीलका भारत के दक्षिण मे इससे अलग हिन्दमहासागर मे स्थित एक 'द्वीप' है। मनार की खाडी तथा पाक जलडमरू मध्य श्रीलंका को भारत से अलग करते है। भारतीय सीमा से श्रीलका के बीच की दूरी 35 किमी है। श्रीलंका बडे सघर्ष के बाद सन् 1948 मे 'स्वतन्त्र' हुआ और सन् 1972 में इसे 'गणतन्त्र' घोषित

कर दिया गया।[10] श्रीलका मे हाथी दात, रत्न, जवाहर आदि पाये जाने के कारण इसे "पूर्व का मोती" तथा "स्वर्गवाटिका" के नाम से भी जाना जाता है। श्रीलका की राजधानी 'कोलम्बो है।

भारत के दक्षिण मे श्रीलका का अक्षाश एव देशान्तरीय विस्तार क्रमश $5^0 55^1$ से $9^0 50^1$ उत्तरी अक्षाश तथा $74^0 40^1$ पूर्वी देशान्तर से $81^0 52^1$ पूर्वी देशान्तर तक है। उत्तर से दक्षिण तक श्रीलका की लम्बाई लगभग 435 किलोमीटर तथा पूर्व से पश्चिम तक चौडाई लगभग 240 किलोमीटर है। 'आक्सफोर्ड स्कूल एटलस'–(1993) के अनुसार श्रीलका का सम्पूर्ण क्षेत्रफल 65609 वर्ग किलोमीटर है। "श्रीलका क्षेत्रफल की दृष्टि से दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन– 'सार्क' का 'पॉचवा' बडा देश है।

आक्सफार्ड स्कूल एटलस (1993) के अनुसार ही श्रीलका की जनसख्या 1991 मे 1 करोड 68 लाख थी। वर्तमान समय मे इसकी जनसख्या लगभग 2 करोड हो गयी है। श्रीलका का जनसख्या की दृष्टि से भी दक्षिण–एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन– 'सार्क' मे पॉचवा स्थान है।

श्रीलका की आकृति लगभग "त्रिभुजाकार" है। इसका दक्षिणी भाग पर्वतीय तथा उत्तरी भाग विस्तृत चौरस मैदान है। कुल क्षेत्रफल का लगभग एक चौथाई भाग पर्वतीय तथा शेष भाग मैदानी है। उत्तर मे जाफना का मैदान बहुत विस्तृत तथा कटा–फटा' है।

श्रीलका चारो तरफ से सागरो से घिरे होने के कारण ही 'द्वीप' कहलाता है। श्रीलका के चारो ओर, इन्ही सागरो से उठने वाली लहरो से निर्मित बालू के टिब्बे पाये जाते है। गगा, यान, और अरूवी श्रीलका की प्रमुख नदिया है। जो पर्वतीय भागो से निकलती है। इसके अतिरिक्त गालसिया, किरिन्दी गगा, निलवाहा गगा, मानिक गगा अन्य नदिया है। महावेली गगा सबसे अधिक लम्बी (332 किलोमीटर) नदी है,। जो सिचाई के लिए बहुत ही उपयोगी है। श्रीलका के मध्यवर्ती भाग मे दर्शनीय 'जल प्रपात' है। इन जल प्रपातो मे प्रमुख है– दुहिन्दा, एल्गिन, दियालुमा तथा पेशवला।

श्रीलंका की जलवायु मुख्यत मानसूनी है। श्रीलंका एक गर्म देश है क्योकि भूमध्यरेखा के नजदीक स्थित है किन्तु समुद्री द्वीप होने के कारण यहॉ अधिक गर्मी नहीं पडती है। ग्रीष्मऋतु मे औसत तापमान 27^0c तथा शीतऋतु मे 22^0c के आस–पास रहता है।

पर्वतीय क्षेत्रो का औसत तापमान 10°c से 24°c आस–पास रहता है। इस देश मे वर्ष भर वर्षा होती है। श्रीलका के पूर्वी तथा पश्चिमी भाग मे ग्रीष्मऋतु मे दक्षिण–पश्चिमी मानसून से मई से सितम्बर तक वर्षा होती है। इस अवधि मे वर्षा का औसत 150–300 सेमी के लगभग रहता है, जबकि पर्वतीय भागो मे 500 सेमी–तक वर्षा होती है। श्रीलका मे अक्टूबर–नवम्बर तथा मार्च–अप्रैल का महीना शुष्क रहता है और पठारी भागो मे 'कुहरा' छाया रहता है।

श्रीलका मे, उसकी धरातलीय बनावट के कारण कई प्रकार की मिट्टी पायी जाती है। श्रीलका के आर्द्र निम्न मैदानी भागो मे लाल लैटराइट तथा शुष्क भागो मे काली मिट्टी पायी जाती है। जाफना तथा अन्य मैदानी भागो मे टेरारोसा किस्म की दोमट मिट्टी पायी जाती है। जो बहुत ही उपजाऊ होती है। धान, चाय, नारियल, रबर श्रीलका की प्रमुख फसले है। इसके अतिरिक्त कहवा, इलायची, पपीता, सुपारी, तम्बाकू, कापोक, मीठा आलू तथा सीसल की फसले भी थोडी मात्रा मे उगाई जाती है। भूमध्यरेखा के नजदीक होने के कारण यहॉ उष्णकटिबन्धीय फल आम केला, एव अनन्नास, तथा शीतोण कटिबन्धीय फल नीबू, नारगी, सतरा, नाशपत्ती, काजू आदि भी पैदा किये जाते है।

यद्यपि श्रीलका के कुल क्षेत्रफल के आधे से अधिक भाग मे खेती की जा सकती है किन्तु मात्र 23% भूमि पर ही खेती होती है। कृषि योग्य भूमि 21 6 लाख हेक्टेयर है, जिसमे 1 82 लाख हेक्टेयर मे चारागाह है। इस देश मे खाद्यानो की अपेक्षा व्यापारिक फसले अधिक पैदा की जाती हैं जबकि एशिया के अन्य देशो मे जनसख्या के भरण–पोषण के लिए खाद्यान्नों का अधिक उत्पादन किया जाता है।

भारत और श्रीलका का सामाजिक, सास्कृतिक एव राजनीतिक दृष्टि से अतीत काल से ही मधुर सम्बन्ध रहा है। इसका प्रमाण प्रागैतिहासिक काल से पौराणिक तक मिलता है। हिन्दुओ के प्रसिद्ध महाकाव्य 'रामायण' मे भी 'लंका' द्वीप का स्पष्ट उल्लेख मिलता है। दोनो देशों के बीच व्यापार के साथ–साथ 'सास्कृतिक' आदान प्रदान होता रहा है। श्रीलका की कुल जनसख्या का लगभग 75.98% सिधल हैं, शेष तमिल, मूर एव अन्य धर्मो के लोग है। श्रीलका का प्रमुख धर्म "बौद्ध एव हिन्दू" है, तथा इसकी प्रमुख भाषा सिघली एव तमिल है। जिनका प्रमुख व्यवसाय कृषि है। औद्योगिक दृष्टि से यह बहुत पिछडा हुआ है, किन्तु

भूटान एक पर्वतीय देश होने कारण यहॉ वर्षभर कठोर सर्दी पडती है। शीत ऋतु मे असहनीय ठण्डक पडती है। ग्रीष्म ऋतु की राते भी बहुत सर्द होती है। जलवायु की दृष्टि से भूटान को तीन प्रदेशो मे विभक्त किया गया है। द्वार प्रदेश की सकरी पट्टी जो 'गर्म और आर्द्र' रहती है। इस प्रदेश मे जनवरी का तापमान 16^0 सेण्टीग्रेड तथा जून का तापमान 28^0 सेण्टीग्रेड होता है। मध्य हिमालयी प्रदेश मे घाटियो तथा ढालो की जलवायु मे भिन्नता पायी जाती है। पारो घाटी मे जनवरी का औसत तापमान 5^0 सेण्टीग्रेड तथा जून का औसत तापमान 24^0 सेण्टीग्रेट रहता है। हिमद्रि प्रदेश मे जाडे मे कठोर सर्दी पडती है और ऊँचाई वाले भागो मे बर्फ जम जाती है। उच्चावचीय विषमताओ के कारण सौर्य ताप, हवाओ की दिशा एव गति तथा वर्षा की मात्रा आदि मे थोडी–थोडी दूरी पर ही अधिकाधिक परिर्वतन देखने को मिलता है। वार्षिक वर्षा औसतन 350 सेटीमीटर के लगभग होती है। पर्वतीय घाटियो की जलवायु अच्छी तथा स्वास्थ्य प्रद होती है। उत्तरी हिमद्रिप्रदेश–ठण्डा एव बर्फीला हैं। द्वार प्रदेश मे अत्यधिक गर्मी उमस एव वर्षा के कारण रोगो का प्रकोप रहता है।

भूटान की धरातलीय बनावट मे भिन्नता होने के कारण यहॉ सीढीनुमा खेत बनाये जाते है। जिसमे चावल, गेहूँ, जौ ज्वार, चना, तिलहन, इलायची तथा मिर्च आदि की फसले उगायी जाती है। प्रत्येक खेत की, पत्थर से मेडबन्दी की जाती है, जिसकी ऊँचाई 6 मीटर से भी अधिक होती है। जब कभी भयानक तूफान आता है और इन बॉधो के बह जाने पर काफी क्षति होती है। भूटान से अधिकाश खेती द्वार प्रदेश तथा जलोढ मिट्टी वाले क्षेत्रो मे की जाती है। खेती का कार्य 5–6 हजार वर्ग किमी क्षेत्र मे होता है। कृषि तथा पशुपालन इनका मुख्य व्यवसाय है। खच्चर तथा याक मुख्य जानवर है। यहॉ का मुख्य औद्योगिक उत्पादन लाख, मोम तथा करघे का कपडा है।

भूटान के निवासियो को भोटिया कहा जाता है। जिनकी भाषा 'जो गखा' हैं जो तिब्बती भाषा से मिलती–जुलती है। भोटिया का प्रमुख धर्म 'बौद्ध धर्म' है। ये धर्म गुरू लामाओं का बहुत सम्मान करते है। इनकी धारणा है कि लाभाओ मे ईश्वरीय शक्ति है। ये बडे परिश्रमी होते है। यहॉ का राजा डूक ग्याल्पो या सर्पराज कहलाता है।

भूटान मे विभिन्न सस्कृतियो के लोग भिन्न–भिन्न क्षेत्रो मे रहते है। अधिकाश लोग तिब्बती सस्कृति के है जो मुख्य रूप से मध्यवर्ती एव उत्तरी भाग मे बसे हुए है। ये तिब्बती भाषी है एव कृषि पशुपालन तथा व्यापार इनका प्रमुख व्यवसाय है। भारतीय वशज के लोग द्वार प्रदेश मे बसे हुए है तथा इनकी सख्या बहुत ही कम है। इण्डोवर्मा लोग अधिकाशत पूर्वी भाग मे बसे हुए है जो परिवर्तनशील खेती करते है। नेपाली सस्कृति के लोग मध्यपूर्वी भाग मे "ब्लैक पर्वत" के समीप फैले हुए है। भूटान की राष्ट्र भाषा "जोगखा" है जो प्रमुख रूप से पश्चिमी भूटान मे बोली जाती है। इसके अतिरिक्त नेपाली और अग्रेजी भी सरकारी भाषा के रूप मे प्रयोग की जाती है।

भूटान की राजनैतिक स्थिति पर दृष्टि डालने से स्पष्ट होता है कि यह राष्ट्र उत्तर तथा उत्तर–पश्चिम मे तिब्बत तथा पूर्व, पश्चिम और दक्षिण मे भारत से घिरा है। भूटान भारत का सरक्षित राज्य है। सर अज्ञेय वॉगचुक ने 1907 मे लमाओ के पद और प्रभुत्व को समाप्त करके भूटान पर अपना आधिपत्य स्थापित किया। लामाओ से सुरक्षित रहने के लिए उन्होने जनवरी 1910 मे (भारत) से एक सन्धि की। इसके पश्चात भारत के स्वतन्त्र हो जाने के बाद फलस्वरूप पुन 8 अगस्त 1949 को दूसरी सन्धि हुई जिसमे यह निर्णय किया गया कि भूटान के आन्तरिक मामलो मे भारत हस्तक्षेप नही करेगा।[13] भूटान ने अपने वैदेशिक सम्बन्ध भारत–सरकार के दिशा निर्देशन मे सचालित करने की सहमति दी और भारत ने भूटान के विकास मे सहयोग के लिए आश्वासन दिया।

4.7 मालदीव

मालदीव, भारत के सुदूर दक्षिण मे हिन्द महासागर मे स्थित द्वीप समूहो का लघु राष्ट्र है। यह 800 किमी मे फैले हुए 200 द्वीपो से बना है। अद्यतन प्राप्त आकडो के आकार मालदीव की जनसख्या लगभग 2 लाख है। मालदीव की राजधानी 'माले' है, जिसकी जनसख्या लगभग 53 हजार है।

मालदीव एक मुस्लिम देश है। जिसमे सुन्नी मुसलमानो की संख्या सर्वाधिक है। मालदीव मे पहले द्रविण एव आर्य लोगो का निवास था, 12वी शताब्दी तक यहॉ की जनसख्या बौद्ध मतावलम्बी थी। 1153 ई0 मे मालदीव मे औलिया सन्त के प्रभाव से मुस्लिम

धर्म का प्रचार–प्रसार हुआ जिससे यह लघु राष्ट्र लगभग शत–प्रतिशत इस्लाम मतावलम्बी हो गया।

मालदीव का शासकीय धर्म इस्लाम है अत अरब राष्ट्रो से मालदीव को अधिकाधिक सहायता प्राप्त होती है। जिसकी सहायता से इस देश मे अन्तर्राष्ट्रीय हवाई अड्डो, इस्लामी धार्मिक केन्द्र, जलापूर्ति, शिक्षा आदि की व्यवस्था की जा रही है। मालदीव के विश्व के 74 देशो से राजनीतिक समबन्ध हैं किन्तु इसका एक ही उच्च्य आयोग केवल 'श्रीलका' मे है। मालदीव का एक मिशन सयुक्त राष्ट्र मे नियुक्त है। मालदीव मे केवल भारत, श्रीलका, पाकिस्तान के प्रतिनिधियो के कार्यालय है। इस छोटे से देश मे अन्तर्राष्ट्रीय सगठनो मे मालदीव की सक्रियता दृष्टिगत होती है। इसका स्पष्ट प्रमाण पी0 एल0 ओ0 तथा सयुक्त राष्ट्र विकास कार्यक्रम का क्रियाशील होना है।

मालदीव की भाषा 'दिवेही' है जो पाली पर आधारित है। दिवेही भाषा की लिपि अरबी है किन्तु यह सिघली से मेल खाती है।

मालदीव को 1558 मे पुर्तगालियो ने अधिकृत कर लिया था। पुर्तगालियो ने इसका प्रशासन भारत स्थित 'गोवा' से सचालित किया था। पुर्तगालियो का यह प्रशासन 15 वर्ष तक चला। इसके पश्चात मालदीव की जनता ने पुर्तगालियो को सघर्ष करके निष्कासित कर दिया।

मालदीव पर 1887 मे ब्रिटेन का अधिपत्य हो गया, किन्तु ब्रिटेन के सरक्षण मे मालदीव पर शासन यही के सुल्तान करते रहे।

मालदीव मे लोकतान्त्रिक पद्धति की स्थापना हेतु 1932 के पश्चात आन्दोलन प्रारम्भ हुआ, जिसके फलस्वरूप 'सुल्तान मुहम्मद फरहीद दीदी' के काल मे 1957 मे सुल्तान ने स्वय लोकतान्त्रिक पद्धति का अनुसरण करके अपने निरकुश शासन को समाप्त कर दिया। उसने स्वत स्वय को नाम–मात्र का सुल्तान बना रहने दिया तथा लोकतन्त्र मे आस्था रखने वाले जनशक्ति के प्रतीक 'इब्राहीम नासिर' को प्रधान मन्त्री नियुक्त किया और अपने समस्त अधिकार उन्हें सौंप दिये।

1965 मे मालदीव स्वतन्त्र हो गया। इस देश पर ब्रिटेन का आधिपत्य समाप्त हो

मालदीव को इब्राहिम नासिर ने न केवल व्यवस्थित किया बल्कि सयुक्त राष्ट्र का सदस्य भी बनवाया। 1978 मे इब्राहिम नासिर के अवकाश ग्रहण करने के पश्चात 'अब्दुल गयूम' मालदीव के राष्ट्रपति बने जो अद्यावधि मालदीव का शासन सचालित कर रहे है।

स्वतन्त्र राष्ट्र मालदीव ने गुटनिरपेक्षता की नीति को अपनाया है और अपने पडोसी राष्ट्र भारत से गहरे सम्बन्ध स्थापित करने का सफल प्रयास किया है। मालदीव गणराज्य की ससद 'नागरिक मजलिश' कहलाती है। इस देश मे कोई राजनीतिक दल नही है। मालदीव गणराज्य की ससद नागरिक मजलिश ही राष्ट्रपति को मनोनीत करती है। मालदीव का राष्ट्रपति प्रत्येक पॉचवे वर्ष जनमत सग्रह द्वारा निर्वाचित किया जाता है।

टिप्पणी एवं संदर्भ

1 आक्सफोर्ड स्कूल एटलस, 1993

2 चतुर्भुज मामोरिया, आधुनिक भारत का बृहद भूगोल, 1994 पृ 119

3 फुटनोट–2

4 फुटनोट–1

5 दैनिक जागरण समाचार पत्र, 21 फरवरी 1999, पृ0 10

6 फुटनोट–1

7 विश्वनाथ तिवारी भारत के पडोसी देश, पृ 240

8 दैनिक जागरण समाचार पत्र, 20 जून 1999, पृ0 10

9 फुटनोट–1

10 जगदीश सिह, भारत के समीपवर्ती देश, पृ0 316

11 फुटनोट–1

12. फुटनोट–1

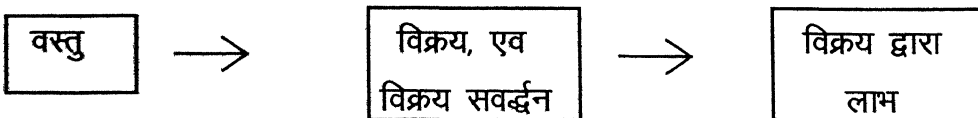
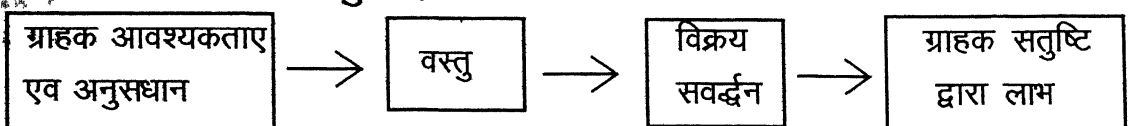
13 मानिक लाल गुप्त, भारतीय विदेश नीति और निकटतम पडोसी राष्ट्र, पृ0 63

अध्याय–5

विपणन–व्यवस्था एवं विदेश–व्यापार

विपणन–व्यवस्था अथवा विपणन–प्रबध "अन्तर्राष्ट्रीय विपणन" का महत्वपूर्ण अग है। यह देश की अर्थव्यवस्था को सुदृढ आधार प्रदान करता है। सक्षेप मे, यह आधुनिक वाणिज्यिक एव आर्थिक गतिविधियो का केन्द्र बिन्दु है। यहॉ 'व्यवस्था' अथवा 'प्रबन्ध' (मैनेजमेट) से आशय ऐसे सगठन से है जिसमे अपने उद्धेश्यो की प्राप्ति के लिए लोग सम्मिलित भाव से समन्वित एव नियोजित प्रयास करते है। प्रत्येक व्यवसाय चाहे वह किसी भी स्वामित्व–निजी, सहकारी अथवा राजकीय का हो अथवा किसी भी सगठन स्वरूप–एकाकी, साझेदारी अथवा कम्पनी का हो, सभी मे प्रबन्ध (अथवा व्यवस्था) की आवश्यकता होती है। प्रबन्ध एक नवीन एव विकासशील विज्ञान है। यह व्यवसाय का गतिशील एव जीवनदायक तत्व है जिसके अभाव मे उत्पादन के साधन केवल समूह मात्र ही रह जाते है, वे कभी उत्पादक नही बन सकते। प्रस्तुत अध्याय–5 का अनुभाग 51 विपणन व्यवस्था (विपणन प्रबन्ध), अनुभाग 52 विपणन व्यवस्था के अग 'निर्यात विपणन' एव उसके महत्व का, अनुभाग 53 निर्यात विपणन प्रबन्ध, अनुभाग 54 विपणन मिश्रण, अनुभाग 55 निर्यात विपणन के क्षेत्र, अनुभाग 56 विदेश (विदेशी) व्यापार की सैद्धान्तिक प्रस्तुति करते हैं। अतिम अनुभाग 57 भारत के विदेशी व्यापार को एक दृष्टि मे प्रस्तुत करता है।

5.1 विपणन व्यवस्था

विपणन प्रबध अथवा विपणन–व्यवस्था मे विपणन क्षमताओ, साधनो, योग्यताओ तथा बाजार अवसरो के बीच फलदायक समायोजन किया जाता है। इसमे उपभोक्ताओ की आवश्यकता और उसकी सतुष्टि द्वारा लाभार्जन किया जाता है–

पुरानी विचारधारा के अनुसार,

विपणन–व्यवस्था की नवीन विचारधारा का कार्य क्षेत्र अर्थव्यवस्था के (1) घरेलू क्षेत्र*[1], तथा (2) वाहय क्षेत्र*[2]– दोनो से सबधित है। इस प्रकार, विपणन प्रबन्ध (विपणन–व्यवस्था) विपणन–विचार का क्रियात्मक रूप है। इसको "प्रबन्ध के दर्शन*[3]" के रूप मे तथा 'विपणन प्रबन्ध की विचारधारा*[4]' के रूप मे भी जाना जाता है।

आधुनिक विपणन–व्यवस्था (विचारधारा) के चार स्तम्भ माने जाते है–(1) उपभोक्ता अभिमुखी, (2) विपणन समन्वय, (3) उपभोक्ता सतुष्टि तथा (4) उपभोक्ता कल्याण। आधुनिक विपणन–व्यवस्था का मुख्य आधार उपभोक्ता है जिसके चारो ओर समस्त व्यावसायिक क्रियाए चक्कर लगाती हैं। उपभोक्ता जिन वस्तुओ और जिस आकार–प्रकार, रग, डिजाइन आदि की वस्तुऍ चाहता है उसी का निर्माण निर्माता द्वारा किया जाता है। सम्पूर्ण उत्पादन–प्रक्रिया मे उपभोक्ता को "बॉस"*[5] माना जाता है।

सम्पूर्ण उत्पादन–प्रक्रिया मे उपभोक्ता की आवश्यकताओ की परिभाषा निश्चित करनी पडती है। यह आवश्यक नहीं है कि इस कार्य के लिए उपभोक्ता की एक ही आवश्यकता को लिया जाय। उपभोक्ता की अनेक आवश्यकताओ को भी निर्माता द्वारा लिया जा सकता है। इस हेतु निर्माता द्वारा उपभोक्ता अनुसधान*[6] पर भारी व्यय किया जाता है। इस अनुसधान को उसे बराबर चलाये रखना पडता है जिससे कि उपभोक्ता की बदलती हुई आवश्यकताओ के अनुरूप उत्पादन को समायोजित किया जा सके।

एक साथ सभी बाजारो अथवा क्षेत्रो मे पहुॅचना और लगातार सेवा करते रहना किसी भी निर्माता के बस मे नही होता। इस हेतु वह कुछ बाजारो अथवा क्षेत्रो को चुनकर अपनी क्रियाओ का विस्तार करता है।

विपणन समन्वय का कार्य आधुनिक विपणन व्यवस्था का दूसरा महत्वपूर्ण स्तम्भ है। इस हेतु निर्माता विपणन–प्रबधक या विपणन सचालक की सेवाए लेता है।

*1. Domestic Sector of the Economy
*2. External Sector of the Economy
*3 Philosophy of Management
*4 Marketing Management Concept
*5 Boss

आधुनिक विचार धारा का तीसरा स्तम्भ उपभोक्ता सतुष्टि है जिससे व्यवसाय की दीर्घकालीन ख्याति बनती है और उपभोक्ता को पुन वस्तु–क्रय करने के लिए विवश करती है।

आधुनिक विचारधारा का नवीनतम स्तम्भ उपभोक्ता कल्याण है। आज के युग मे विपणन को समाज कल्याण से अलग नही किया जा सकता।

5.2 निर्यात विपणन

विपणन के अन्तर्गत उन सभी क्रियाओ को सम्मिलित किया जाता है जिनके द्वारा निर्माता अथवा उत्पादक अथवा व्यापारी वस्तुओ एव सेवाओ को उपभोक्ताओ तक पहुँचाने का प्रयास करता है। आधुनिक विपणन–व्यवस्था के अन्तर्गत, "विपणन व्यावसायिक क्रियाओ की एक सम्पूर्ण प्रणाली है जो वर्तमान एव भावी ग्राहको (अथवा उपभोक्ताओं) की इच्छाओ को सतुष्ट करने वाले उत्पादो एव सेवाओ की योजना बनाने, कीमत निर्धारित करने, सवर्द्धन करने तथा वितरण करने के अभिन्यास से सबध रखती है"।[1] अत आधुनिक विपणन–व्यवस्था से यह स्पष्ट है कि आज का विपणन उन्हीं उत्पादो व सेवाओ के उत्पादन पर ध्यान देता है, जो बाजार की आवश्यकता के अनुरूप हो।

विपणन की उक्त क्रियाए जब अर्थव्यवस्था के घरेलू क्षेत्र अथवा एक देश विशेष की राजनीतिक सीमाओ के अतर्गत सीमित रहती हैं तब इसे घरेलू विपणन अथवा देशीय विपणन*[1] कहा जाता है। जब विपणन का विस्तार किसी अन्य देश के उपभोक्ताओ व प्रयोक्ताओ तक वस्तुओ व सेवाओं के विक्रय तक बढा दिया जाता है तब यही निर्यात विपणन*[2] अथवा अन्तर्राष्ट्रीय विपणन*[3] मे परिवर्तित हो जाता है। निर्यात विपणन की सम्पूर्ण क्रिया देश की राजनीतिक सीमाओ के बाहर तक विस्तृत हो जाता है।

टेपेस्ट्रा वर्न के अनुसार "यह (निर्यात विपणन अथवा अन्तर्राष्ट्रीय विपणन) राष्ट्रीय सीमाओ के बाहर किया जाने वाला विपणन है।"[2] साराश यह है कि निर्यात विपणन से आशय एक फर्म अथवा उत्पादक द्वारा की जाने वाली उन क्रियाओ से है, जो दूसरे देश या देशो के

*1 Domestic Marketing
*2 Export Marketing
*3. International Marketing

उपभोक्ताओ व प्रयोक्ताओ की इच्छाओ को सतुष्ट करने वाले उत्पादो एव सेवाओ के विक्रय से सम्बध रखती है।

निर्यात विपणन का महत्त्व

निर्यात देश की अर्थव्यवस्था को सुदृढ आधार प्रदान करते है, व देश के विकास मे अपनी महत्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह करते है। विकसित देशो की आज की वर्तमान स्थिति के पीछे उनके निर्यातो का भारी योगदान है। विकासशील देशो के लिए तो इसका विशेष महत्त्व है। ये देश अपनी अर्थव्यवस्था को एक मजबूत आधार प्रदान करना चाहते है, जिससे उन्नति व विकास के पथ पर आरूढ हुआ जा सके। इनके लिए उन्हे आधारभूत उद्योगो की स्थापना के लिए पूँजीगत माल का आयात करना पडता है, तो दूसरी ओर अनेक वस्तुओ का देशी उत्पादन विद्यमान मॉग को पूरा करने मे असमर्थ होता है, फलत उन वस्तुओ का भी आयात करना पडता है। इस कारण इन देशो के भुगतान सन्तुलन[3] काफी प्रतिकूल हो जाते है। विकासशील देशो मे भारत की स्थिति अच्छी है, औद्योगिक उत्पादनो के दृष्टिकोण से भारत का स्थान विश्व मे दसवॉ है।

राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था के दृष्टिकोण से निर्यात विपणन का महत्त्व

राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था के दृष्टिकोण से निर्यात विपणन के महत्त्व को निम्नलिखित शीर्षको मे वर्गीकृत किया जा सकता है–

तीव्र आर्थिक विकास

"निर्यात एव आर्थिक विकास मे सम्बन्ध" (पर 50 देशो के बारे मे आर० एफ० एमरी[*1] द्वारा किये गये अध्ययन मे यह पाया गया है कि आर्थिक विकास की ऊँची दरो का सीधा सम्बन्ध निर्यातो की ऊँची दरो से है। जो देश तीव्र गति से आर्थिक विकास करना चाहते है, उन्हे अपने निर्यातो को बढाना होगा। निर्यातो से देश को बहुमूल्य विदेशी मुद्रा की प्राप्ति होती है। इसका उपयोग प्राथमिकता के क्रम मे देश की अर्थव्यवस्था के लिए आवश्यक सयन्त्र, मशीने, उपकरण मगाने के लिए किया जा सकता है। खाद्यान्नो का उत्पादन बढाने के लिए मूल्यवान कृषि उपकरणों व उर्वरको का आयात कर कृषि उत्पादन को बढाया जा सकता है। इससे कई

*1 R.F. Emery

औद्योगिक व उपभोक्ता वस्तुओ का उत्पादन नये–नये उद्योग लगाकर किया जा सकता है। इससे उत्पादन को इस सीमा तक बढाया जा सकता है, जिससे देशी मॉग को पूरा करने के पश्चात् उत्पादन का अतिरेक बचा रहे। इससे अनेक बेकार पडे हुए साधनो का उपयोग भी कुशलता से किया जा सकता है।

प्राकृतिक ससाधनो का लाभदायक उपयोग

निर्यात विपणन को बढाकर एक देश अपने यहॉ विद्यमान प्राकृतिक ससाधनो का लाभदायक उपयोग कर सकता है। निर्यातो से विदेशी मुद्रा का अर्जन कर अपने देश मे अनेक प्रकार के उद्योग स्थापित किये जा सकते है, इससे अनेक प्रकार के खनिजो तथा वनो से प्राप्त सम्पदाओ का कुशलता से उपयोग निर्यात विपणन मे किया जा सकता है।

आयातो का भुगतान

देश के विकास हेतु विकासशील देशो की सरकारे औद्योगिक वातावरण का निर्माण करती हैं। इस आशय के लिए बडी मात्रा मे पूँजीगत उपकरणो, कच्चे माल, आवश्यक तकनीकी जानकारी*[1] का आयात करना आवश्यक होता है। विकासशील देशो के आयातो मे तेल व पेट्रोलियम उत्पादो के आयात का भी महत्त्वपूर्ण भाग होता है। ऊर्जा के साधन के रूप मे तेल व पेट्रोलियम उत्पादो की काफी आवश्यकता होती है।

इस स्थिति से निपटने का एकमात्र विकल्प यही है, कि देश मे अधिकाधिक निर्यात अभिमुखी उद्योग स्थापित किये जावे। ये उद्योग अपने उत्पादन को अधिकाधिक बढाकर तथा विश्व बाजारो मे अपने निर्यात को बढाकर बहुमूल्य विदेशी मुद्रा देश की सरकार को उपहार मे दे सकते हैं, जिससे बढे हुए आयातो का भुगतान करने मे सरकार को सहायता मिलती है।

देशी उत्पादको मे प्रतियोगिता का लाभ

सरकार द्वारा निर्यातो पर अनेक प्रकार की प्रोत्साहन योजनाओ की घोषणा की जाती है। देशी उत्पादक इनका लाभ उठाकर अपना अधिकाधिक ध्यान निर्यात विपणन पर देना प्रारम्भ करते है। विदेशी बाजारो मे पहले से ही तीव्र प्रतिस्पर्द्धा होती है, उसका सामना करते हुए निर्यातक फर्म को अपने देश की फर्मो से भी प्रतियोगिता करनी पडती है, इस कारण वह फर्म

*1 Technical Know-how

अच्छी किस्म की वस्तुओ का कम लागत पर उत्पादन करने पर विशेष ध्यान देती है। इससे अच्छी किस्म के माल व वस्तुऍ विदेशी क्रेताओ तक पहुँचती है जो विदेशी क्रेताओ के मन–मस्तिष्क मे देश की उज्ज्वल छवि का निर्माण करती है।

रोजगार के अवसरो मे वृद्धि

विदेशी बाजारो मे निर्यातो को बढाने के लिए जहॉ एक ओर निर्यात अभिमुखी इकाइयो*[1] की विभिन्न क्षेत्रो मे स्थापना होती है, वही दूसरी ओर विद्यमान फर्मे अपने उत्पादन के स्तर को बढाती है। इससे रोजगार के नये अवसरो का सृजन होता है। विकासशील देशो मे बेरोजगारी व अर्ध–बेरोजगारी की समस्या बडी विकट रूप मे है। इसे कुछ सीमा तक निर्यात विपणन से भी हल किया जा सकता है। उदाहरण के लिये भारतीय हैण्डलूम व सागानेरी प्रिन्ट के कपडे विदेशी शैली पर तैयार कर भारतीय निर्यातको ने करोडो रूपये के निर्यात किये हैं। इससे रोजगार के अनेक अवसरो मे वृद्धि हुई है।

राष्ट्रीय आय मे निर्यातों की भूमिका

देश की राष्ट्रीय आय मे भी निर्यातो की महत्त्वपूर्ण भूमिका होती है।सुव्यवस्थित निर्यात विपणन से इसे अच्छे स्तर तक बढाया जा सकता है। हगरी की राष्ट्रीय आय मे निर्यातो का योगदान 43% है। अन्य देशो की राष्ट्रीय आय मे निर्यातो का योगदान निम्नलिखित है–नीदरलैण्ड 42%, जापान 11%, कनाडा 21%, बेल्जियम 42%, प0 जर्मनी 19%, फ्रास 13%, इगलैण्ड 17%। इससे राष्ट्रीय आय मे निर्यातो की भूमिका स्पष्ट है।

जीवन स्तर में वृद्धि

निर्यात विपणन देशवासियो के जीवन स्तर को उन्नत करने मे भी अपनी महत्त्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह कर सकता है। निर्यात विपणन से जो बहुमूल्य विदेशी मुद्रा अर्जित की जावे उसका उपयोग ऐसी वस्तुओ के आयात मे किया जा सकता है, जो देश की जनता को अच्छा जीवन स्तर प्रदान करे। इसके साथ ही निर्यात विपणन से जहॉ व्यक्तिगत फर्मो को लाभ होता है, वहीं अनेक रोजगार के अवसरो का सृजन होने से देशवासियो की आय मे भी वृद्धि होती है।

*1 Export Oriented Units

आय मे वृद्धि होने से उनकी क्रय शक्ति पूर्वापेक्षा अविक हो जाती है। इससे वे अपने विद्यमान उपभोग स्तर मे गुणात्मक परिवर्तन करने मे सक्षम हो जाते है। फलत देशवासियो के जीवन स्तर मे वृद्धि होती है।

व्यक्तिगत फर्म के दृष्टिकोण से महत्त्व

निर्यात विपणन से न केवल देश की अर्यव्यवस्था लाभान्वित होती है, बल्कि देश मे विद्यमान व नयी स्थापित होने वाली फर्मो को भी अनेक लाभ प्राप्त होते है। व्यक्तिगत फर्म के लिये निर्यात विपणन के महत्त्व को निम्नलिखित शीर्षको मे वर्णित किया जा सकता है–

लाभदायक विक्रय–परिमाण

निर्यात विपणन के द्वारा एक फर्म अपने लाभदायक विक्रय परिमाण मे वृद्धि कर सकती है। देशी विक्रय के लिये भिन्न मूल्यो वाले उत्पादो व विदेशी बाजारो मे विक्रय करने के लिये भिन्न मूल्यो व किस्मो की वस्तुओ का निर्माण किया जा सकता है। ऐसे विदेशी बाजार जो कीमत के प्रति सवेदनशील नही हैं, उनके लिये पृथक् उत्पादो का निर्माण कर प्रतियोगियो के उत्पादो से पर्याप्त विभिन्नीकरण करके फर्म अपने विक्रय परिमाण को बडी सीमा तक लाभप्रद बना सकती है।

देशी बाजारो मे प्रतियोगिता

प्रत्येक देश मे विभिन्न वस्तुओ के उत्पादन हेतु एक ओर विद्यमान फर्मे अपने उत्पादक स्तर को बढा रही हैं, तो दूसरी ओर नवीन फर्मे प्रवेश करती जा रही हैं। इस कारण देशी बाजारो मे प्रतियोगिता सघन होती जा रही है। यद्यपि विदेशी बाजारो मे भी पहले से ही गलाकाट प्रतियोगिता विद्यमान है, फिर भी फर्म देशी प्रतियोगिता से अपना बचाव करने के लिये विदेशी विपणन या निर्यात विपणन को प्रभावी रूप से अपना सकती है। निर्यात बाजारो मे प्रतियोगिता के रूप व स्तर का स्पष्ट अन्तर है। यहाँ कीमत–प्रतियोगिता नही होकर किस्म व प्रमापो की प्रतियोगिता है। इसके लिये एक उदाहरण ही पर्याप्त होगा कि इन्जीनियरिंग उत्पादो के अन्तर्राष्ट्रीय बाजारो में व्यापक प्रतियोगिता होते हुए भी भारतीय निर्यातक फर्मो ने अच्छी मात्रा में लाभदायक विक्रय किया है।

प्रबन्धकीय चातुर्य के विकास मे सहायता

देशी विपणन जिनता सरल है, उसकी तुलना मे निर्यात विपणन अत्यन्त ही चुनौतीपूर्ण है। निर्यात विपणन मे एक फर्म को दो स्तरो पर कडी प्रतियोगिता का सामना करना पडता है। अपने देश के निर्यातको व उत्पादको से व विभिन्न देशो के निर्यातको व उत्पादको से उसे प्रतियोगिता करनी पडती है। निर्यात विपणन प्रबन्धक व कर्मचारियो को नित्य नयी चुनौतियो, समस्याओ व परिस्थितियो का सामना करना पडता है, उनके समाधान के लिए वे नयी–नयी विधियॉ खोजकर उन चुनौतियो का सामना करते है। अपने अनुभव जन्य लाभ का प्रयोग वे अपनी भविष्य की योजनाओ मे करते है। इससे फर्म के प्रबन्धकीय चातुर्य के विकास के लिए बहुत अनुकूलता सृजित होती है। विदेशी फर्मे विक्रय को बढाने के लिये क्या–क्या उपाय काम मे ला रही हैं, उनके विक्रय की अपील किस बिन्दु पर केन्द्रित है, इसकी जानकारी प्राप्त कर वे अपने विपणन कार्यक्रम मे भी प्रभावी परिवर्तन करते हैं।

उत्पाद अप्रचलनता

प्रत्येक उत्पाद का अपना जीवन चक्र होता है। उत्पाद अपनी प्रारम्भिक अवस्था को पार कर, विकास की अवस्था की ओर अग्रसर होता है, विकास से सन्तुष्टि की ओर व सन्तुष्टि से अप्रचलन या गिरावट की ओर अग्रसर होता है। अनेक उत्पाद जो देशी बाजारो मे अप्रचलित हो जाते हैं, उनके बिक्री के लिये विदेशी बाजारो मे अवसर विद्यमान रहते है। अनेक ऐसे उत्पाद हैं जो विकसित देशो मे अप्रचलन की अवस्था तक पहुँच चुके है, पर विकासशील देशो मे उन्हे आसानी से बेचा जा सकता है। व्यवहार मे हम देखते भी हैं, कि अनेक विकसित देशो की सेना मे जिन हथियारो को उपयोग से निकाल दिया जाता है, उन हथियारो को विकासशील देश खुशी–खुशी ले लेते हैं। विकसित देशो मे लालटेन का बाजार कभी का अप्रचलित हो चुका है, पर आज भी भारत मे व अन्य विकासशील देशो मे इसके अच्छे बाजार उपलब्ध है। इससे स्पष्ट है, कि जो उत्पाद देशी बाजारो मे अप्रचलित हो चुके हो उनका निर्यात ऐसे देशो मे करके फर्म लाभ कमा सकती है, जहॉ अभी भी इसके विक्रय अवसर विद्यमान हैं।

बढ़ती हुई क्रय–शक्ति

इस शताब्दी मे अनेक देश विदेशी आधिपत्यो से मुक्त होकर आजाद हुए हैं। इन देशो मे स्वय की सरकार स्थापित हुई हैं। कल्याणकारी राज्य की भूमिका का निर्वाह करते हुए विभिन्न

शासन व्यवस्थाओ ने अपने देश की अर्थव्यवस्था को मजबूत आधार प्रदान किया है, इससे उत्पादन मे वृद्धि हुई है और प्रति व्यक्ति आय मे वृद्धि हुई है।

व्यक्तिगत फर्मे इस बढी हुई आय से उत्पन्न क्रय शक्ति मे वृद्धि का पूरा लाभ उठा सकती है। जिन विभिन्न वस्तुओ की माग मे वृद्धि हुई है, उसका उत्पादन करके निर्यात विपणन के द्वारा व्यक्तिगत फर्मे इस स्थिति का पूर्ण विदोहन कर सकती है।

विद्यमान क्षमता का पूर्ण उपयोग व विस्तार

फर्मे नये–नये निर्यात बाजारो मे प्रवेश करने के लिए व्यापक बाजार अनुसन्धान का सहारा ले सकती है। इससे उन नये क्षेत्रो का पता लगाया जा सकता है, जहॉ प्रवेश के अवसर उपलब्ध है। इन बाजारो की आवश्यकता के अनुरूप उत्पादो का विकास कर फर्म अपनी विद्यमान उत्पादन क्षमता का पूर्ण उपयोग करने मे सफल हो सकती है। आवश्यकता पडने पर इसमे विस्तार भी कर सकती है। विद्यमान क्षमता के पूर्ण उपयोग से फर्म अपने लाभ के अवसरो को भी बढा लेती है, क्योकि एक निश्चित उत्पादन क्षमता तक स्थायी लागते समान होती हैं। इस कारण उत्पादन बढने पर प्रति इकाई लागत मे कमी हो जाती है। यह स्थायी लागतो का बढी हुई इकाइयो पर विभाजन से होता है।

उपक्रम का विकास

नियोजित अर्थव्यवस्था वाले देशो की सरकारे अपने आयातो मे कमी लाने के लिये कई प्रकार के प्रतिबन्ध लगाती हैं। उपक्रम यदि विदेशी मुद्रा का अर्जन निर्यातो से करता है, तो उसके कुछ भाग को वह आवश्यक मशीनो आदि के आयात पर व्यय कर सकता है। इस कारण फर्मे अपने निर्यात विक्रय को अधिकाधिक बढाकर बहुमूल्य विदेशी मुद्रा अर्जित कर सकती है, इसके एक भाग का उपयोग ये उपक्रम आवश्यक मशीनो, उपकरणो, कच्चा माल तथा तकनीकी जानकारी के आयात मे कर अपने उपक्रम का आधारभूत विस्तार करने मे सक्षम हो सकते है। इस विकास का देशी व निर्यात विपणन मे नये सिरे से लाभ उठा सकते हैं।

प्रेरणाओं का लाभ

व्यक्तिगत फर्मो के लिये निर्यात विपणन का महत्त्व प्रेरणाओ के दृष्टिकोण से भी है। प्रत्येक देश की सरकार अपने निर्यातो को बढाने के लिये अनेक प्रकार की प्रेरणाओ व प्रोत्साहन

योजनाओ की घोषणा करती है। निर्यात किये जाने वाले अनेक उत्पादो पर सरकार करो मे रियायत व नकद सहायता*[1] देती है। इससे उत्पादो के विक्रय मूल्यो मे कमी होती है। इसका लाभ उठाकर फर्म विश्व बाजारो मे विद्यमान कडी प्रतियोगिता का प्रभावी रूप से सामना कर सकती है।

अन्य दृष्टियों से महत्त्व

देश की अर्थव्यवस्था व व्यक्तिगत फर्मो के लिये तो निर्यात विपणन का महत्त्व है ही, पर कई दृष्टिकोणो से भी इसका महत्त्व है, जो इस प्रकार है–

अन्तर्राष्ट्रीय सहयोग

निर्यात विपणन से अन्तर्राष्ट्रीय सहयोग की भावना भी जन्म लेती है। विकसित देशो द्वारा विभिन्न वस्तुओ के आयात के लिये विभिन्न देशो के अभ्यश तय कर दिये जाते है। जैसे अमेरिका व पश्चिमी देशो ने सूती कपडो के आयात के लिये विभिन्न देशो के लिये अभ्यश तय कर दिया है। भारत का भी अपना अभ्यश तय है। इस तय किये गये अभ्यश की सीमा तक भारतीय निर्यातक इन देशो को सूती वस्त्रो का निर्यात कर सकते हैं। इस प्रकार की व्यवस्थाओ से निर्यात विपणन अन्तर्राष्ट्रीय सहयोग मे वृद्धि करता है।

सास्कृतिक सम्बन्धो में निकटता

निर्यात विपणन से विभिन्न देशो के मध्य व्यापारिक सम्बन्ध स्थापित होते हैं। विभिन्न देशो के सरकारी व गैर सरकारी प्रतिनिधि मण्डल एक दूसरे देशो मे आवागमन करते है। इससे दूसरे देश के निवासियों की आदतों, रीति–रिवाजो व परम्पराओ का ज्ञान होता है। निर्यातक फर्मे निर्यात विपणन के लिये अपने विक्रय केन्द्र विदेशो मे खोलती हैं, निर्यातक फर्म के कर्मचारियो को इससे उनके निकट आने का अवसर मिलता है। इससे विभिन्न देशो के सास्कृतिक सम्बन्धो में निकटता आती है।

राजनैतिक शान्ति में सहायता

अनेक देश ऐसे अनेक राष्ट्रो को विभिन्न वस्तुओ व सेवाओ का निर्यात करते है, जिनका राजनैतिक विचारधारा के धरातल पर निकट का भी सम्बन्ध नही है। रूस व अमरीका

*1. Cash-assistance

की राजनैतिक विचारधारा सर्वथा विपरीत है, फिर भी रूस अमरीका से अनाज का आयात करता है। भारत अनेक साम्यवादी देशो जैसे रूस, चेकोस्लोवाकिया, पोलैण्ड रूमानिया आदि को निर्यात करता है, इसमे कुछ सीमा तक राजनैतिक शान्ति मे सहायता मिलती है।

इस प्रकार निर्यात विपणन से देश की अर्थव्यवस्था को तो अनेक प्रकार के लाभ मिलते ही है, साथ ही व्यक्तिगत फर्म को भी अनेकानेक लाभो की प्राप्ति होती है। निर्यात विपणन से विश्व–बन्धुत्व व एकता मे भी एक सीमा तक सहायता मिलती है।

5.3 निर्यात विपणन प्रबन्ध

व्यावसायिक प्रबन्ध के क्षेत्र के उस भाग को जिसका सम्बन्ध निर्यात विपणन क्रियाओ मे है, निर्यात विपणन प्रबन्ध[*1] कहते है। इसके अन्तर्गत निर्यात विपणन मे आने वाली समस्याओ का सामाधान प्रबन्ध के दृष्टिकोण से किया जाता है। इसका आशय एक फर्म की उन विपणन क्रियाओ के निर्देशन व नियन्त्रण से भी लिया जाता है, जिसके लिये फर्म का निर्यात प्रबन्धक उत्तरदायी होता है। इससे यह स्पष्ट है, कि निर्यात विपणन प्रबन्ध के अन्तर्गत उन क्रियाओ का निष्पादन, निर्देशन व नियन्त्रण किया जाता है जिनका सम्बन्ध निर्यात विपणन से होता है।

आवश्यकता– विपणन की प्रक्रिया दो प्रकार के पहलुओ से युक्त होती है एक पहलू जहॉ तकनीकी है, वही दूसरा सामाजिक है। विपणन का तकनीकी पहलू यह स्पष्ट करता है, कि विपणन के भौतिक तत्त्वो से सम्बन्धित सिद्धान्त, रीति–नीतियो तथा नियमो को सभी देशो मे समान रूप से प्रयोग किया जा सकता है। इस प्रकार विपणन का तकनीकी पहलू विपणन के सिद्धान्तो व नियमो को सार्वभौमिक स्वरूप देता है।

लेकिन इसका सामाजिक पहलू यह स्पष्ट करता है कि प्रत्येक देश के रीति–रिवाजो, परम्पराओ व मान्यताओ मे अन्तर होता है। प्रत्येक देश के सामाजिक व सास्कृतिक वातावरण मे भिन्नता होती है। सस्कृति, भाषा, आर्थिक विकास, व्यावसायिक व कानूनी प्रावधानो मे भी भिन्नता होती है। यह पहलू इस बात पर बल देता है कि निर्यात विपणन के लिए पृथक् प्रबन्ध की आवश्यकता होती है, जिनसे इन भिन्नताओ का ध्यान रखा जा सके।

इन कारण पृथक् निर्यात विपणन प्रबन्ध की आवश्यकता होती है। इससे एक फर्म विदेशी वातावरणो की विविधता के कारण उत्पन्न होने वाली जोखिम को न्यूनतम कर सकती है।

*1 Export Marketing Management

प्रत्येक देश के वातावरण व अन्य आवश्यकताओ के अनुरूप उत्पादो का उत्पादन कर फर्म निर्यात विपणन की जटिलता व अनिश्चितता को कम कर सकती है।

भारतीय उत्पादक अब तक विक्रेता बाजारो की स्थिति का लाभ उठाते रहे है। स्थिति मे अब परिवर्तन होता जा रहा है। उन्हे अब विश्व बाजारो मे प्रतियोगिता के लिए तैयार रहना चाहिए। निर्यात विपणन प्रबन्ध का प्रभावी रूप से उपयोग कर आज जापान ने अमरीकी बाजारो मे अपने उत्पादनो की श्रेष्ठता सिद्ध कर दी है। आज अमरीकी सडको पर बडी सख्या मे जापानी कारे दौड रही है। अन्य कई उत्पादो मे भी जापानी फर्मे विश्व बाजारो मे प्रसिद्ध है। यह सब निर्यात बाजारो की विशेषताओ का अध्ययन, उत्तम किस्म प्रमापो, आकर्षक पैकिग, निरन्तर बाजार अनुसन्धान, प्रभावोत्पादक विज्ञापन कार्यक्रम व मितव्ययी वितरण व्यवस्था करके ही किया जा सकता है।

भारतीय निर्यातक फर्मे भी विश्व बाजारो मे अच्छे भाग को तभी प्राप्त कर पायेगी जब वे निर्यात विपणन प्रबन्ध पर ध्यान देगी, जिसमे विश्व बाजारो की सास्कृतिक तथा सामाजिक परिस्थितियो का बारीकी से अध्ययन हो।

5.4 विपणन–मिश्रण

विक्रेता बाजारो के क्रेता बाजारो मे परिवर्तन होने से प्रतियोगिता कठोर हो चुकी है। वर्तमान सन्दर्भ मे विक्रय इतना सहज नही रहा जितना विक्रेता बाजारो की स्थिति मे था। उपभोक्ता सार्व भौमिक स्थिति मे आ गया है। उत्पाद की बिक्री को लाभप्रद बनाने मे अनेक प्रकार के तत्वो का सहयोग होता है। उत्पाद की डिजाइन, किस्म, पैकेज, लेबल, मूल्य, विक्रय–सवर्धन, वितरण आदि अनेक प्रकार के घटक उत्पाद की विक्रयशीलता को अनुकूल या प्रतिकूल बनाते है। विपणन–मिश्रण*[1] के विचार को अपना कर सस्था ऐसे विवेक–सगत निर्णय करने मे सफल हो सकती है जो उसके विक्रय को लाभप्रद बना सके। विपणन–मिश्रण के विचारो को निम्नलिखित परिभाषाओ से स्पष्ट रूप से समझा जा सकता है–

डॉ0 आर0 एस0 डावर के अनुसार, "उत्पादको द्वारा बाजारो मे सफलता प्राप्त करने हेतु अपनायी जाने वाली नीतियॉ विपणन मिश्रण की रचना करती है।"[4] फिलिप कोटलर के अनुसार, "एक फर्म

*1 Marketing Mix

का कार्य अपने विपणन चलो के लिए सर्वोत्तम विन्यास का पता लगाना है। ये विन्यास ही इसके विपणन–मिश्रण की रचना करते है।"[5]

स्पष्ट है, कि विपणन–मिश्रण मे ऐसे विपणन चलो के विन्यासो का चुनाव करना है, जो उसे अधिकाधिक लाभ प्रदान कर सके व उसके विपणन कार्यक्रम प्रणाली का आधारभूत भाग होते है। इस प्रकार विपणन–मिश्रण विपणन व्यूहरचना का एक भाग है जिसमे सस्था बाजार लक्ष्यो को परिभाषित करके उसके अनुरूप ऐसे विपणन चलो का चयन करती है जिससे बाजार के लक्ष्यो को ग्राहक–सन्तुष्टि के द्वारा प्राप्त किया जा सके।

विपणन–मिश्रण के तत्त्व

इस बारे मे एक सर्व–सम्मत राय नही है। लेजर एव केली ने विपणन–मिश्रण के तत्त्वो का वर्गीकरण तीन श्रेणियो मे किया है (1) उत्पाद एव सेवा मिश्रण, (2) वितरण मिश्रण तथा (3) सचार मिश्रण।[6] लिपसन एव डालिग ने विपणन मिश्रण मे चार तत्त्वो को सम्मिलित किया है (1) उत्पाद, (2) विक्रय शर्ते, (3) वितरण तथा (4) सचार।[7] उत्पाद मे उन्होने भौतिक उत्पाद, ब्राड, पैकेज व उत्पाद सेवाएँ सम्मिलित की हैं, विक्रय शर्तो मे साख जनो, मूल कीमत तथा परिवहन शर्ते शामिल की है। सचार मे विज्ञापन, व्यक्तिगत विक्रय सवर्धन एव जन सम्पर्क को शामिल किया है। वितरण मे उन्होने सग्रहण सुविधाएँ तथा वितरण वाहिकाएँ सम्मिलित की हैं।

मेकार्थी ने विपणन–मिश्रण मे चार तत्त्वो को शामिल किया है जो क्रमश उत्पाद*[1], स्थान*[2], सवर्धन*[3], व कीमत*[4], हैं।[8] मेकार्थी के द्वारा वर्णित उपरोक्त 'चार पी' विपणन–मिश्रण के तत्त्वो का स्पष्ट रूप से वर्णन करते हैं। इनमे प्रत्येक का वर्णन इस प्रकार है–

उत्पाद– उत्पाद के अन्तर्गत उत्पाद के नियोजन को सम्मिलित किया जाता है। इसमे उत्पाद का रग, डिजाइन, शैली, किस्म, पैके, लेबल, ब्रान्ड नाम, प्रमापीकरण व श्रेणीयन एव वस्तु की गारन्टी व सेवाएँ सम्मिलित की जाती हैं।

*1. Product
*2. Place
*3 Promotion
*4 Price

स्थान— इसमे उत्पादित वस्तु व सेवाओ को उपभोक्ता तक पहुँचाने हेतु वितरण की वाहिकाओ के चयन पर ध्यान दिया जाता है। इसमे परिवहन, भण्डारण, इन्वेन्टरी स्तर एव स्थानीकरण आदि तत्त्वो को शामिल किया जाता है।

संवर्धन— सवर्धन मे उन सभी क्रियाओ को शामिल किया गया है, जिससे उत्पादक अपने उत्पादको के विक्रय हेतु प्रयोग करता है। इसमे विज्ञापन, व्यक्तिगत विक्रय, प्रचार व विक्रय सवर्धन को शामिल किया गया है।

कीमत— इसमे वस्तुओ के कीमत निर्धारण को शामिल किया जाता है। इसके साथ ही विक्रय मूल्य पर किस दर से किस सीमा पर छूट व बिट्टा दिया जायेगा इसका वर्णन भी होता है। भुगतान की शर्ते क्या होगी इसे भी शामिल किया जाता है। प्रतियोगिता के तत्त्व का भी कीमते निर्धारित करते समय पूरा ध्यान रखा जाता है।

उपरोक्त वर्णन से यह स्पष्ट होता है, कि विपणन–मिश्रण मे विभिन्न विद्वानो ने अनेक प्रकार के तत्त्वो को शामिल किया है। इन सब के आधार पर यह कहा जा सकता है, कि विपणन–मिश्रण मे वस्तु या उत्पाद नियोजन, उत्पाद, विकास, बाजार अनुसन्धान, विज्ञापन, व्यक्तिगत विक्रय, प्रकार, सवर्धन, मूल्य निर्धारण, उत्पाद का भौतिक वितरण, वाहिकार्यो का चयन आदि तत्त्वो को सम्मिलित किया जाता है।

निर्यात विपणन एवं विपणन–मिश्रण का विचार

विपणन–मिश्रण का विचार निर्यात विपणन मे अपना महत्त्वपूर्ण स्थान रखता है। विश्व बाजारो मे काफी कडी प्रतियोगिता विद्यमान है। निर्यात विपणन प्रबन्धक विपणन–मिश्रण मे शामिल विभिन्न तत्वो का इस प्रकार उपयोग कर सकता है जो विदेशी बाजारो की आवश्यकता के अनुरूप हो। विपणन–मिश्रण में शामिल विभिन्न तत्वो का उसे अनुकूलतम मिश्रण करना चाहिए।

निर्यात बाजारो मे एक निर्यातक फर्म तभी सफल हो सकेगी जब उसके उत्पाद वाछित किस्म प्रतिमानों के अनुरूप हों। उत्पाद का रग, डिजाइन वे शैली, पैकेज, लेबल, ब्राड नाम इस प्रकार का होना चाहिए जो विदेशी केताओ को बरबस अपनी ओर आकर्षित करे। उत्पाद गारन्टी व विकयोपरान्त सेवाओ को भी उचित स्थान दिया जाना चाहिए।

विपणन–मिश्रण का विचार यह वर्णित करता है कि उत्पाद नियोजन व विकास के पश्चात उत्पादक को इस बात पर ध्यान देना चाहिए कि उत्पादित वस्तुएँ व सेवाएँ किस प्रकार उपभोक्ताओ तक प्रवाहित की जायेगी। निर्यात विपणन प्रबन्धक को यह ध्यान रखना चाहिए कि वितरण लागत किसी भी प्रकार से उत्पाद की उपयोगिता मे वृद्धि नही करती। वितरण की ऐसी वाहिकाओ को चुनना चाहिए जो मितव्ययी हो। ऐसा करते समय वितरण वाहिकाओ की द्रुतता को तिलाजलि नही देनी चाहिए। यातायात व परिवहन के ऐसे माध्यमो को अपनाया जाना चाहिए जो द्रुतगामी हो। उपभोक्ता केन्द्रो पर सहजता से व शीघ्र वितरण हेतु वहाॅ सग्रह भण्डारण की भी व्यवस्था की जानी चाहिए।

आज के युग मे प्रभावी माग का सृजन*[1] करने मे विज्ञापन व व्यक्तिगत विक्रय आदि की अपनी महत्त्वपूर्ण भूमिका है। शिक्षा के प्रसार के साथ–साथ इनका महत्त्व भी बढता जा रहा है। निर्यात विपणन मे सवर्द्धन मिश्रण के तीनो तत्त्वो का अनुकूलतम सन्तुलन से उपयोग करना चाहिए। जहाॅ उत्पादक अपने उत्पाद का विभिन्नीकरण कर सकता हो, उत्पाद मे छुपे हुए*[2] हो, विस्तृत बाजार हो, काफी बडी सख्या मे ग्राहको तक पहुॅच करनी हो, तब विज्ञापन का अधिक उपयोग करना करना चाहिए और जहाॅ उत्पाद की प्रति इकाई लागत अधिक हो, उत्पाद मे प्रदर्शन मूल्य*[3] हो, ग्राहक–आपत्तियो का प्रत्यक्ष निवारण करना आवश्यक हो वहाॅ व्यक्तिगत विक्रय अपनाना चाहिए। इसके अतिरिक्त अनेक विक्रय सवर्द्धन के साधन, जैसे मेले, प्रदर्शनियाॅ, कूपन, कीमतो मे कमी, प्रीमियम, विक्रय प्रतियोगिताओ की सहायता से भी विक्रय बढाया जा सकता है। निर्यात विपणन में इसका व्यापक रूप से महत्त्व है। निर्यात बाजारों में विक्रय हेतु सवर्धन–मिश्रण के तीनो तत्त्वो का उचित तालमेल बैठाकर उपयोग करना चाहिए।

विपणन–मिश्रण का विस्तार यह बताता है कि वस्तुओ की कीमतो का निर्धारण किसी भी फर्म की सफलता का महत्त्वपूर्ण निर्णय होता है। कीमतो का निर्धारण फर्म स्वतन्त्र रूप से नहीं कर सकती। इसका निर्धारण बाजार मे विद्यमान प्रतियोगिता व ग्राहको की क्रय–शक्ति दोनो को

*1 Creation of Effective Demand
*2 Hidden Buying Motives
*3. Demonstration Value

ध्यान मे रखकर करना चाहिए। निर्यात विपणन मे कीमत निर्धारण इस बात पर निर्भर करता है कि निर्यात बाजार विकसित देशो के है, या विकासशील देशो के। दोनो प्रकार के बाजारो मे कीमत निर्धारण मे आधारभूत अन्तर होता है। विकसित देशो के बाजारो मे कीमत प्रतियोगिता नही के बराबर होती है। वहॉ अधिक कीमते रखी जा सकती हैं। विकासशील देशो के क्रेता अपनी सीमित क्रय–शक्ति के कारण कीमतो के प्रति सवेदनशील होते है, अत वहॉ कम कीमते ही विक्रय बढा सकती है।

निर्यात विपणन प्रबन्धक समय–समय पर बाजारो मे आवश्यक विपणन अनुसधान करवा कर विभिन्न तत्त्वो के बारे मे होने वाले परिवर्तनो का पहले पता लगा सकता है। उसके आधार पर उचित समायोजन करके फर्म निर्यात बाजारो मे अपने लाभदायक विक्रय परिमाण मे वृद्धि कर सकती है। नये–नये बाजारो मे प्रवेश करने के साथ ही फर्म विद्यमान बाजारो पर अपनी पकड को मजबूत बनाये रख सकती हैं।

उपर्युक्त विवरण से यह पूर्णतया स्पष्ट है, कि विपणन–मिश्रण की विचारधारा का निर्यात विपणन मे व्यापक महत्व है। निर्यात विपणन प्रबन्धक को चार "पी" का उचित समन्वय स्थापित करना चाहिए जिससे वह लाभप्रद विपणन के अवसरो को जुटा सके।

विपणन–मिश्रण मे परिवर्तन

निर्यात विपणन मे सफलता के लिए केवल यही आवश्यक नहीं है, कि एक बार बाजार की आवश्यकताओ के अनुरूप विपणन–मिश्रण बना लिया जावे वरन् यह भी आवश्यक है कि इसमे परिस्थितियो मे परिवर्तन के अनुसार यथोचित परिवर्तन भी किये जावे। इन परिवर्तनो की आवश्यकता अनेक कारणो से हो सकती है। प्रतियोगिता के स्तर, उपभोक्ताओ की रूचियो , आदतों, क्रय–व्यवहारो, फैशन, क्रय–शक्ति, शिक्षा, सामाजिक व सास्कृतिक स्तर, नये उत्पादो के बाजार में प्रस्तुतीकरण, जीवन–स्तर, सरकारी कानूनो मे परिवर्तन आदि अनेक ऐसे कारण हैं जो एक निर्यातक फर्म को समय–समय पर बाध्य करते हैं कि वह अपने विपणन–मिश्रण मे परिवर्तन करें। विद्यमान बिक्री–स्तर के अलाभप्रद बनने पर निर्यातक अपने वर्तमान विपणन–मिश्रण पर विचार करने को प्रेरित हो सकता है।

उपरोक्त कारणो के प्रभाव से जब भी निर्यातक को अपने विपणन–मिश्रण मे परिवर्तन की आवश्यकता अनुभव हो तो उसे पहले इस सम्बन्ध में बाजार अनुसधान करके इस बात को

सुनिश्चित कर लेना चाहिए कि किस प्रकार के परिवर्तन किस सीमा तक अपेक्षित हैं। ऐसे परिवर्तन पहले कुछ चयनित बाजारो तक करना ठीक रहता है। यदि इन चयनित बाजारो मे अनुकूल परिणाम निकले तो इस प्रकार से परिवर्तित विपणन–मिश्रण का विस्तार अन्य निर्यात बाजारो तक किया जाना चाहिए। इससे यह स्पष्ट है कि विपणन–मिश्रण मे परिवर्तन अत्यन्त ही विवेकसम्मत निर्णय से होना चाहिए नही तो फर्म विद्यमान निर्यात बाजारो से भी अपने भाग से हाथ धो बैठेगी।

उपभोक्ता अभिमुखी

एक उत्पादक या निर्माता जितनी भी वस्तुओ व सेवाओ का उत्पादन करता है। उसका अन्तिम लक्ष्य ग्राहको तक उनका विक्रय करना होता है। गोदाम की शोभा बढाने के लिए वह वस्तुओ का उत्पादन नही करता है। विक्रेता–बाजारो के क्रेता–बाजारो मे परिवर्तन गलाकाट प्रतियोगिता की स्थिति, शिक्षा के प्रसार, उन्नत जीवन–स्तर, उपभोग सरचनाओ मे परिवर्तन आदि घटको के प्रभाव से वर्तमान सार्वभौमिक हो गयी है। वह बाजार का एक छत्र राजा या सम्राट होता है। सभी कम्पनियो की विपणन क्रियाओ का ताना–बाना इस प्रकार बुना जाता है, जिससे उपभोक्ता रूपी सम्राट की सही प्रकार से सेवा की जा सके।

आज वह जमाना कालातीत हो चुका है जब एक उत्पादक यह सोचता था, कि यदि उसका उत्पाद उत्तम है तो वह स्वय ही ग्राहको को आकर्षित करेगा। आज जो उत्पादक चाहता है वह नहीं अपितु जो ग्राहक चाहता है वही उत्पादित होगा। उपभोक्ता अभिमुखी*[1] का विचार इस बात की व्याख्या करता है कि एक कम्पनी को सर्वप्रथम व्यापक बाजार अनुसन्धान करके यह पता लगाना चाहिए, कि ग्राहक उत्पाद से क्या अपेक्षाएँ रखते हैं, उसी के अनुरूप उत्पादो को निर्माण कम्पनी को करना चाहिए। जिन–जिन विपणन फर्मो ने इस विचार को व्यवहार मे अपनाया है, उन्होनें बाजार के अच्छे भाग पर अधिकार किया है। जापान की "कोडक" कम्पनी ने इसी विचार को अपनाकर फिल्मी रीले, कैमरो आदि के अच्छे बाजार अमरीका मे बनाये हैं। भारत में सूती वस्त्रों के निर्यातकों ने भी पश्चिमी शैली के आधार पर कपडे बनाकर विश्व बाजारो

*1. Consumer Orientation

मे अपना अधिकार जमाया है, पर आज चीन वस्त्र उद्योग के क्षेत्र मे भारत के समक्ष जबरदस्त चुनौती बन कर खडा है।

सक्षेप मे यह विचार इस बात का वर्णन करता है, कि वर्तमान समय मे सफलता प्राप्त करने के लिए कम्पनी के सगठन चार्ट मे उपभोक्ता का स्थान सर्वोच्च होना चाहिए। उपभोक्ता जैसे उत्पाद व सेवाएँ चाहता है, उन्हे ही प्रदान कर सस्था लाभ अर्जित कर सकती है, अन्यथा उसे निराशा ही हाथ लगेगी।

उपभोक्ता अभिमुखी का क्रियान्वयन

उपभोक्ता अभिमुखी विचार का महत्व तो उपरोक्त विवरण से स्पष्ट है पर मूल प्रश्न यह है कि एक कम्पनी जो इस विचार के आधार पर अपनी विपणन क्रियाओ का निष्पादन करना चाहती है, वह इसका क्रियान्वयन किस प्रकार करे। अमरीकी विद्वान फिलिप कोटलर[9] ने इसके क्रियान्वयन की पॉच अवस्थाओ का वर्णन किया है जो इस प्रकार है–

(i) आवश्यकता को परिभाषित करना–उत्पादक या निर्माता को सर्वप्रथम तो यह निर्णय करना होगा कि वह किस प्रकार की आवश्यकता को पूरा करना चाहता है। वह जिन वस्तुओं या सेवाओ का उत्पादन का निर्माण कर रहा है, उसे या उसके किसी भाग को ही उपभोक्ताओ को प्रदान कर सकता है। ऐसा करते समय कम्पनी को अपने द्वारा प्रदान किये जाने वाले उत्पादो को एक उपभोक्ता की दृष्टि से देखने का प्रयास करना चाहिए। एक दवाइयो का विक्रय करने वाली फर्म न केवल दवाइयॉ बेचती है, बल्कि वह स्वास्थ भी बेचती है। ऊनी कपडो के निर्माता के लिए ऊनी कपडे मात्र ऊनी कपडे ही हैं, पर उपभोक्ता के लिए यह सर्दी की सुखद गर्माहट है। श्रृगार के समानो का उत्पादन उत्पादक के लिए केवल श्रृगार के प्रसाधनो का निर्माण ही है, पर किसी युवती के लिए वह सौन्दर्य है, क्योकि वह तो इसे उसी दृष्टि से देखती है। अत उत्पादक को सर्वप्रथम ग्राहकों की दृष्टि से उत्पाद को देखने का प्रयास करना चाहिए कि वे उत्पाद से क्या चाहते हैं।

(ii) लक्ष्य–समूहों की परिभाषा–प्रत्येक निर्माता न तो सभी उत्पाद बना सकता है, न सभी बाजारों में अपने उत्पादो का विक्रय कर सकता है। अपने सीमित साधनो के कारण कम्पनी को अपनी भावी विपणन क्रियाओ की सीमा निर्धारित करनी होती है। इसके लिए

उत्पादक को बाजार विभक्तिकरण करके ऐसे बाजारो का चयन करना होगा जहॉ तक पहुँच उसके लिए लाभप्रद व ससाधनो की सीमा मे हो।

एक सगठन अनेक प्रकार के समूहो को उत्पाद व सेवाएँ प्रदान करता है, लेकिन सभी समूहो से वह समान श्रम व ध्यान से व्यवहार नही करता। अनेक समूह मे से भी जो समूह अधिक लाभदायक–विक्रय परिणाम दे सके उसे प्राथमिकता दी जानी चाहिए। एक हवाई यातायात कम्पनी केवल छुट्टियो मे भ्रमण करने वाले यात्रियो की अपेक्षा व्यावसायिक ग्राहको पर अधिक ध्यान दे सकती है, क्योकि एक तो व्यावसायिक ग्राहक स्थायी रूप से भ्रमण करते ही रहते हैं, दूसरी ओर वे अधिक मूल्य देकर भी विमान की अत्यन्त सुविधायुक्त श्रेणी चाहते हैं। इससे वह कम्पनी अधिक लाभ कमाने हेतु व्यावसायिक ग्राहको पर अधिक ध्यान देना उपयोगी समझ सकती है। इससे स्पष्ट है कि क्रियान्वयन के दूसरे चरण मे उत्पादक को बाजार मे से किसी एक लक्ष्य समूह का चयन करना चाहिए जो अपेक्षाकृत अधिक लाभप्रद हो।

(iii) विभेदात्मक उत्पाद व सन्देश–इसके पश्चात् विभिन्न लक्ष्य समूहो के ग्राहको की इच्छाओ, प्रवृत्तियो व व्यवहार का पता लगाने, मूल्याकन करने व निवर्चन करने हेतु पुन आधारभूत बाजार अनुसधान किया जाना चाहिए। इसके अन्तर्गत कम्पनी को विभिन्न आधारो पर बाजार का विभक्तिकरण कर लेना चाहिए। इसका उद्धेश्य यह होता है कि एक ही बाजार के विभिन्न ग्राहको को उत्पादो का विक्रय किया जा सके। इसके लिए भिन्न–भिन्न किस्मो, रगो, डिजाइनों व मूल्यो वाले उत्पादो का निर्माण आवश्यक होता है। व्यवहार मे हम देखते भी हैं कि एक ही कम्नी अलग–अलग मूल्यों व किस्मो वाले उत्पादो का निर्माण करती है जिससे विभिन्न आय–वर्गो के ग्राहको को उत्पादों का ब्रिक्रय किया जा सके। अमरीकी फोर्ड मोटर कम्पनी ने विभिन्न मूल्यो वाली, अनेक किस्म, डिजाइन, उपयोग वाली मोटर गाडियो का निर्माण कर विभेदात्मक वस्तु नीति को सफलता से अपनाया है। (विभेदात्मक उत्पादो के निर्माण के साथ ही यह भी आवश्यक है कि ग्राहको तक यह सदेश पहुँचाया जाये कि अमुक उत्पाद किस प्रकार से उनकी प्रभावी रूप से व कुशलता से सेवा करता है। विज्ञापन सन्देशो मे इस बात को प्रधानता दी जानी चाहिए कि–यह उत्पाद तो केवल आप ही के लिए बनाया गया है, क्योकि यह इस प्रकार से आपकी आवश्यकताओ की पूर्ति करता है।)

(iv) ग्राहक अनुसधान–विभिन्न ग्राहक– वर्गो की आवश्यकताओ को सन्तुष्ट करने वाले उत्पादो का विभेदात्मक रूप से उत्पादन व विक्रय ही पर्याप्त नही है बल्कि कम्पनी को सतत् रूप से ग्राहक अनुसधान सम्पन्न करते रहना चाहिए। वर्तमान समय मे उपभोक्ताओ की रूचियो, आदतो, क्रय व्यवहारो, प्राथमिकताओ आदि मे शीघ्रता से परिवर्तन हो रहे हैं। इसने सम्पूर्ण विपणन प्रणाली को काफी गतिशील बना दिया है।

बाजार अनुसधान से प्राप्त परिणामो के मूल्याकन के आधार पर कम्पनी अपने उत्पादो मे आवश्यक परिवर्तन करके न केवल सम्भावित हानियो से अपनी रक्षा कर सकती है, बल्कि अच्छे बाजार अश पर अपना अधिकार कर सकती है। इससे कम्पनी ग्राहक सन्तुष्टि को बनाये रख सकती है।

(v) विभेदात्मक–लाभ व्यूहरचना–ग्राहक अधिक विचार के क्रियान्वयन का यह अन्तिम चरण है। ग्राहक जिस उत्पादक के उत्पाद को प्रयोग मे ला रहा है, वह उस उत्पाद की विशेषताओ की तुलना बाजार मे विद्यमान अन्य प्रतियोगियो के उत्पादो से करता है। इस कारण कम्पनी को अपने साधनो, प्रतिष्ठा व अवसरो के द्वारा अपने उत्पाद मे किसी विभेदात्मक लाभ को सृजित करने का प्रयास करना चाहिए। विभेदात्मक लाभ से आशय एक उत्पादक द्वारा प्रदान किये जा रहे ऐसे लाभ से है, जो उसके प्रतियोगियो के उत्पाद मे नहीं है। इससे ग्राहक को एक अतिरिक्त सन्तुष्टि का आनन्द होता है। ऐसा करना कम्पनी के दीर्घकालिक विपणन के हितो की दृष्टि से अत्यन्त अनुकूल रहता है।

उपरोक्त विवरण से यह स्पष्ट है कि ग्राहक अभिमुखी विचार को अपना कर निर्यातक निर्यातक निर्यात विपणन मे प्रतियोगिता की जटिल स्थिति मे भी लाभ कमा सकता है। जापानी 'कोडक' कम्पनी तथा अमरीका की 'फोर्ड मोटर कम्पनी' की सफलता के पीछे बडा कारण यही है कि उनके विपणन कार्यक्रमों की सम्पूर्ण दिशा व प्रवाह ही ग्राहक अभिमुखी है। आज किसी भी फर्म को जीवित रहना है अथवा अपना विकास व प्रगति करनी है तो उसे ग्राहक अभिमुखी होना ही पडेगा, यही समय की मॉग है।

5.5 निर्यात विपणन का क्षेत्र

निर्यात विपणन का क्षेत्र अत्यन्त ही व्यापक है। निर्यातक कम्पनी कई प्रकार से निर्यात विपणन मे सहयोग कर सकती है। निर्यात विपणन मे की जा सकने वाली क्रियाओ को इसके क्षेत्र मे सम्मिलित किया जा सकता है। निर्यात विपणन के क्षेत्र को निम्नलिखित शीर्षको के अन्तर्गत वर्णित किया जा सकता है–

(i) विदेश मे शाखा की स्थापना–इसके अन्तर्गत एक निर्यातक अपनी शाखा विदेश मे खोल सकता है। यह शाखा निर्यात बाजार की आवश्यकता के अनुरूप उत्पादो का सयोजन व पैकिग कर सकती है। कभी–कभी पूरा उत्पाद ही वहॉ पर स्थापित शाखा बना सकती है। उत्पादन को निर्यात बाजार के स्थान पर ही सम्पन्न करने हेतु भारी पूॅजी विनियोजन की आवश्यकता होती है। विदेश मे शाखा की स्थापना पर निर्यात बाजार की आवश्यकता के अनुरूप योग्य व चतुर विक्रयकर्त्ताओ की आवश्यकता होगी।

(ii) संयुक्त साहस व सहयोग–निर्यात विपणन के क्षेत्र मे सयुक्त साहस व सहयोग का भी प्रभावी उपयोग हो सकता है। इसके अन्तर्गत निर्यातक कम्पनी किसी अन्य कम्पनी के साथ मिलकर कार्य करती है। ऐसा कार्य अधिक व क्षमता के बाहर होने पर किया जाता है, जिससे उपलब्ध विपणन अवसरो का अनुकूलतम विदोहन किया जा सके। ऐसी व्यवस्था को अपनाकर कम्पनी घरेलू–विपणन व निर्यात–विपणन दोनो का प्रभावी रूप से निष्पादन कर सकती है।

(iii) अनुज्ञा–पत्र व्यवस्थाएॅ–इस प्रकार की व्यवस्था भी निर्यात–विपणन के क्षेत्र मे आती है। यह एक अनूठी प्रकार की व्यवस्था है, इसमे निर्यातक कम्पनी अन्य देश की फर्म को अनुज्ञा–पत्र मे वर्णित शर्तो के आधार पर विक्रय करने का अधिकार देती है। इसमे विदेशी फर्म को समान उत्पाद, किस्म व ब्राण्ड का उपयोग करना होता है। इनसे विदेशी फर्म को निर्यातक कम्पनी के नाम, ख्याति व प्रतिष्ठा का लाभ मिल जाता है। निर्यातक कम्पनी विदेशी कम्पनी से विक्रय की कुल राशि का निश्चित प्रतिशत प्रतिफल के रूप मे प्राप्त करती है।

(vi) परामर्श सेवाएॅ–निर्यात विपणन के क्षेत्र मे परामर्श सेवाएॅ भी आ जाती हैं। विकसित देश विकासशील देशों को अपने यहॉ आधारभूत उद्योगो की स्थापना के लिए परामर्श सेवाओं का निर्यात करते है। बॉधो आदि के निर्माण हेतु भी परामर्श सेवाएॅ निर्यात की जाती है।

इसके लिए निर्यातक कम्पनी अपने परामर्शदाता भेज देती है जो निर्माण स्थल पर अपना मार्ग–दर्शन देते हैं।

(v) तकनीकी व प्रबन्धकीय जानकारी–निर्यात विपणन के क्षेत्र मे वर्तमान मे नकनीकी व प्रबन्धकीय जानकारी भी सम्मिलित हो गयी है। निर्यातक देश अपने तकनीकी विशेषज्ञ व प्रबन्धको को इसके आयातक देशो मे भेजकर वहॉ के व्यक्तियो को तकनीकी व प्रबन्धकीय चातुर्य का ज्ञान कराते हैं।

विपणन बनाम व्यापार

विपणन*1 का आशय वस्तु के क्रय–विक्रय से है। वस्तु का क्रय विक्रय लाभार्जन के उद्धेश्य से किया जाता है। क्रय–विक्रय की यह क्रिया प्राय सूक्ष्म स्तर*2 पर की जाती है। किन्तु जब व्यापक स्तर*3 पर वस्तु का क्रय–विक्रय लाभार्जन के उद्धेश्य से किया जाता है तब उसे व्यापार*4 कहते हैं। इस तरह, विपणन व्यापार की आरभिक–दशा है।

व्यापार का अर्थ क्रेता एव विक्रेता दोनो के पारस्परिक लाभ हेतु वस्तुओ एव सेवाओ के विनिमय से है। जो व्यक्ति इन क्रियाओ को करते हैं उन्हे व्यापारी*5 और उनकी क्रियाओ को व्यापार कहते हैं। विपणन मे भी क्रेता एव विक्रेता दोनो के पारस्परिक लाभ हेतु वस्तुओ एव सेवाओ का विनिमय निहित है। विपणन एव व्यापार मे मात्र इतना ही अन्तर है कि जब हम विपणन का उल्लेख करते हैं तब इसमे रग, डिजाइन, शैली, किस्म, पैकिग, लेबल, ब्राड नाम, प्रमापीकरण व श्रेणीयन के विचार सामने उपस्थित होते हैं। उत्पाद–विभेदीकरण*6 के ये कार्य विपणन–व्यवस्था अथवा विपणन–प्रबन्ध के अन्तर्गत आते हैं। किन्तु जब हम व्यापार का उल्लेख करते हैं तब वस्तुओं की मात्रा व उसकी गुणवता के विचार सामने उपस्थित होते हैं। इन क्रियाओ का संबध व्यापार–व्यवस्था*7 से है। सम्पूर्ण व्यापार व्यवस्था पर विपणन–व्यवस्था का "निश्चित" एवं "प्रभावी" असर होता है। सरल शब्दो में–

*1. Marketing
*2. Micro level
*3. Macro level
*4. Trade
*5. Trader
*6 Product Differentiation
*7. Trade System

कारण	परिणाम	अतिम परिणाम
विपणन–व्यवस्था सम्बधी उपायो मे वृद्धि (जैसे–उत्पाद विभेदीकरण, मे वृद्धि)	बिक्री मे वृद्धि	व्यापार मे वृद्धि

इस तरह, विपणन व्यापार की "आरम्भिक" एव "सूक्ष्मस्तर की विनिमय क्रिया" है तो व्यापार विपणन की "उच्च" एव "व्यापक स्तर" की विनिमय क्रिया है। व्यापार मे सम्पूर्णता*[1] एव समग्र*[2] होने का भाव निहित है। किन्तु विपणन मे ऐसा नहीं है। विपणन मे विक्रय का जो भाव निहित है वह एक क्रेता, दो क्रेता, तीन क्रेता तक भी सीमित हो सकता है।

5.6 विदेश–व्यापार

दो अथवा दो से अधिक देशो के बीच होने वाले व्यापार को विदेश व्यापार*[3] अथवा विदेशी व्यापार अथवा अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार*[4] कहते हैं। उदाहरण के लिए, भारत (एक देश) का श्री लका (दूसरे देश) से व्यापार। इस तरह, जब क्रेता एव विक्रेता पृथक् पृथक् देशो मे रहते हैं तो उनके मध्य होने वाले क्रय–विक्रय को विदेशी–व्यापार कहा जायेगा। विदेशी व्यापार मे एक देश की वस्तुएँ उस देश की सीमा को पार कर दूसरे देश की सीमा मे प्रवेश करती हैं। विदेशी व्यापार की दशा मे देश खुली अर्थव्यवस्था*[5] वाला होता है।

विदेशी व्यापार को तीन भागों में वर्गीकृत जाता है– (i) आयात व्यापार*[5], (ii) निर्यात व्यापार*[6], तथा (iii) निर्यात हेतु आयात*[7] अथवा पुनर्निर्यात व्यापार*[8]। वस्तुत· तीसरा वर्गीकरण पहले के दोनो वर्गीकरण के अंग हैं। अत· आयात व्यापार एव निर्यात–व्यापार ही विदेशी व्यापार के सदर्भ मे मुख्य हैं।

*1 Totality
*2 Aggregate
*3 Foreign Trade
*4. International Trade
*5 Open Economy
*6. Import Trade
*7 Export Trade
*8. Import for export
*9 Re-export Trade

आयात–व्यापार

जब एक देश का क्रेता दूसरे देश के विक्रेता से माल क्रय करके अपने देश की सीमाओ मे लाता है तो इसे देश का आयात व्यापार कहेगे। उदाहरण के लिए, भारत ईरान से पेट्रोलियम पदार्थ मगाता है तो यह भारत का आयात व्यापार कहा जाएगा।

निर्यात व्यापार

जब एक देश मे बना माल दूसरे देश (विदेश) मे जाता है तो इसे निर्यात व्यापार कहेगे। उदाहरण के लिए भारत से चाय, सूती वस्त्र, आदि वस्तुओ का इगलैंड तथा अन्य देशो को निर्यात किया जाता है।

5.7 भारत का विदेश–व्यापार

भारत के विदेश व्यापार को व्यापार की दिशा, व्यापार की संरचना एव व्यापार की दशा (प्रवृति) शीर्षको मे देख सकते हैं–

व्यापार की दिशा

व्यापार की दिशा*1 से अभिप्राय विदेश–व्यापार के भौगोलिक वितरण से है। ऐतिहासिक कारणो से भारत का अधिकाश विदेश–व्यापार इगलैंड से होता रहा है, किन्तु विगत वर्षो मे भारत के व्यापारिक सबध अन्य देशो से बढे हैं।

इगलैंड के स्थान पर अन्य देशो का भाग बढा है जिनमे अमेरिका, रूस तथा जापान विशेष रूप से महत्वपूर्ण हैं। यूरोपीय सघ के देशो का हमारे निर्यातो मे बडा प्रतिशत है। एशियाई देशो के साथ भी भारत के व्यापार मे महत्वपूर्ण वृद्धि हुई है। 1960 के बाद इन देशो के साथ भारत का व्यापार तेजी से बढा है। विकासशील देशो के साथ व्यापार मे भारत का अधिक प्रतिशत एशिया के देशों का ही रहता है। इनमे दक्षिण एशिया क्षेत्रीय सहयोग सगठन (सार्क) के देशो के साथ भारत का व्यापार बहुत कम है। 1989–90 मे इन देशों का भारत के निर्यातो मे केवल 2.5 प्रतिशत तथा आयातो में 0.3 प्रतिशत हिस्सा था जो कि 1995–96 मे क्रमश 5.4 प्रतिशत तथा 0.7 प्रतिशत हो गया है। एशिया के अन्य देशो का हिस्सा क्रमश 10.7 प्रतिशत तथा 12.3 प्रतिशत से बढकर 22.9 प्रतिशत तथा 17.6 प्रतिशत हुआ है।

*1. Direction of Trade

व्यापार की सरचना

किसी देश के व्यापार का जो सबसे महत्वपूर्ण पहलू होता है, वह है उसके व्यापार की सरचना*[1] या बनावट क्या है? अर्थात वह किस प्रकार की वस्तुओ का व्यापार करता है। इससे इस बात का पता चलता है कि कौन–सा माल उसके पास है और कौन–सा नही है क्योकि जो उसके पास नही है उसका वह आयात करेगा और जो है उसका वह निर्यात करेगा। आयात और निर्यात के ढॉचे मे होने वाले परिवर्तनो से देश के आतरिक उत्पादन के ढॉचे मे होने वाले परिवर्तनो को मालूम किया जा सकता है। भारतीय निर्यात के सबध मे उल्लेखनीय है कि 1965–66 तक भारतीय निर्यात चाय, जूट निर्मित वस्तुओ तथा सूत्री वत्र पर केन्द्रित था। 1965–66 के बाद निर्यात ढॉचे मे आमूलचूल परिवर्तन आया। परम्परागत वस्तुओ के स्थान पर नयी वस्तुए निर्यात समूह मे जुटी। इनमे प्रमुख है– इजीनियरिंग वस्तुये, चमडे की बनी वस्तुये, सूती वस्त्र एव सिले वस्त्र, मोती तथा बहुमूल्य पत्थर, ऊनी कालीन, लोहा तथा इस्पात आदि। इनका कुल निर्यात मे अशदान 70% रहा। 1999–2000 के दौरान विनिर्मित वस्तुओ के निर्यात मे 14 3% की वृद्धि हुई। इस अवधि मे रत्न तथा आभूषण मे 28 8% इजीनियरिंग वस्तुओ मे 11 2% तथा सूती वस्त्र मे 10 9% की वृद्धि हुई। भारत का 'साफ्टवेयर निर्यात' 1997–98 मे 60% वृद्धि, 1999–2000 मे 53% वृद्धि हुई, इससे अदृश्य प्राप्तियो मे भारी वृद्धि हुई है।

प्रमुख भारतीय आयात हैं– पेट्रोलियम उत्पाद तथा सम्बद्ध सामग्री, उपभोक्ता वस्तुए जैसे दाल, चीनी, अनाज, खाद्य तेल, उर्वरक, लुगदी और रद्दी कागज, पुजीगत वस्तुए जैसे इलेक्ट्रिकल एव इलेक्ट्रानिक मशीनरी, परिवहन उपकरण, आदि। 1999–2000 के दौरान कुल आयात मे पेट्रोलियम आयात का प्रतिशत 22 2, पूँजीगत वस्तुओ का आयात 17 1 प्रतिशत रहा है।

व्यापार की दशा

स्वतंत्रता के पहले भारत के व्यापार की दशा अच्छी नही थी। अनेक भारतीय उद्योग नष्ट हो गए थे अपितु भारतीय अर्थ व्यवस्था को इगलैंड के हित को पूरा करने का एक साधन–मात्र बना दिया गया। 1947 मे स्वतत्रता प्राप्ति के बाद से और विशेष रूप से 1951 के आयोजन–काल

*1. Composition of Trade

के आरभ से भारत के विदेशी व्यापार की प्रवृत्ति बढने की रही है। भारत के विदेशी व्यापार की दशा पर निम्न तालिका से प्रकाश पडता है।

तालिका 5 1
योजना काल मे भारत का विदेशी व्यापार

वर्ष	करोड रू0			मिलियन यू0 एस0 डालर		
	निर्यात	आयात	व्यापार सतुलन	निर्यात	आयात	व्यापार सतुलन
1950–51	606	608	–2	1269	1273	–4
1960–61	642	1122	–480	1346	2353	–1007
1970–71	1535	1634	–99	2031	2162	–131
1980–81	6711	12549	–5838	8486	15869	–7383
1990–91	32553	43198	–10645	18143	24075	–5932
1995–96	106353	122678	–16325	31797	36678	–4881
1999–2000	162925	204583	–41658	37599	47212	–9613

Source Economic Survey, 2000-01 Ps 81-82

उपरोक्त तालिका से स्पष्ट होता है कि योजना काल मे भारत के विदेशी व्यापार मे पर्याप्त वृद्धि हुई है, परन्तु व्यापार सतुलन[10] मे घाटा निरतर बढता गया है। खाद्यात्र सकट और विकास की आवश्कताओ को पूरा करने के लिए देश मे आयात बढता गया और साथ ही निर्यात मे वृद्धि का भी प्रयास होता रहा परन्तु कुल व्यापार मे निर्यातो की तुलना मे आयातो के मूल्य अधिक रहे है। इस तरह व्यापार का घाटा दो करोड रू0 रहा। 1960–61 मे निर्यात का मूल्य 642 करोड रू0 तथा आयात का मूल्य बढकर 1122 करोड रू0 हो गया। इस तरह व्यापार का घाटा बढकर 480 करोड रू0 हो गया। देश का निर्यात बढकर 1990–91 मे 32553 करोड रू0 तथा आयात बढकर 43198 हो गया। इस तरह इस वर्ष व्यापार घाटा 10645 करोड रू0 के बराबर हो गया। इसी क्रम मे 1999–2000 मे देश का कुल निर्यात मूल्य 162925 करोड रू0 तथा आयात का मूल्य 204583 करोड रू0 हो गया। इस तरह व्यापार का घाटा बढकर 41658 करोड रू0 हो गया।

उपरोक्त तालिका से यह भी स्पष्ट है कि 1950–51 से 1999–2000 के मध्य देश के निर्यात व्यापार के मूल्य मे लगभग 269 गुना वृद्धि हुई जबकि आयात व्यापार के मूल्य मे 336 गुना वृद्धि हो गयी।

स्वतत्रता प्राप्ति के उपरात मात्र दो वर्षो 1972–73 तथा 1976–77 मे भारत का व्यापार सतुलन अनुकूल रहा जबकि शेष वर्षो मे प्रतिकूल ही रहा। 1972–73 मे भारत के निर्यात व्यापार का मूल्य 1971 करोड रू0 तथा आयात व्यापार का मूल्य 1867 करोड रू0 था। इस तरह व्यापार सतुलन 104 करोड रू0 से भारत के पक्ष मे रहा। 1976–77 मे निर्यात व्यापार का मूल्य 5142 करोड रू0 तथा आयात व्यापार का मूल्य 5074 करोड रू0 रहा। इस तरह इस वर्ष व्यापार सतुलन 68 करोड रू0 से भारत के पक्ष मे रहा।

विश्व व्यापार मे भारत के निर्यात का प्रतिशत 1948–49 मे 2 2 प्रतिशत था जो घट कर 1998 मे 0 6% रह गया।

संदर्भ एवं टिप्पणी

1 "Marketing ıs a total system of business actıvities desıgned to Plan, Prıce, Promote, and dıstrıbute want-satısfying goods and servıces to Present and potentıal customers," -W J Stanton Fundamentals of Marketıng, 5 th editıon, Page 5.

2 Terpstra Vern 'Internatıonal Marketıng' Holt, Rınehart and Winston, Inc 1972, Page 4

3 भुगतान सतुलन अथवा भुगतान शेष अर्थ व्यवस्था के राष्ट्रीय लेखे का वह भाग है जिसमे अन्तर्राष्ट्रीय लेन–देन का विवरण रहता है। भुगतान शेष के लेखे मे तीन तरह के लेन–देन दिखाये जाते हैं– (1) विभिन्न प्रकार की वस्तुओ के आयात तथा निर्यात से सबधित लेन–देन जिसे व्यापार शेष (अथवा व्यापार सतुलन, अथवा दृश्य शेष) कहते हैं, (2) विविध प्रकार की सेवाओ, जैसे– बीमा, बैंक, सचार, आदि के लेन देन। इन सेवाओ के लेन–देन को भुगतान शेष की अदृश्य मदे" कहते हैं, एव (3) पूँजी तथा मुद्रा के प्रवाह सबधी लेन–देन। इस प्रकार के लेन देन को भुगतान शेष का "पूँजीगत खाता" कहते हैं।

4 "The policıes adopted by manufacturers to attaın success ın the market constitute the Marketıng Mıx " -K.S Davar Modern Marketıng Management. p 14

5 "The firm's task is to find the best settıng for its marketing decısıon variables The settıng constitute its Marketing-Mix" -Philıp Kotlar · Marketıng Management, p.43

6 William Lazer and E J Kellay. Managerıal Marketing p 413

7. H.A. Lipson and J R. Darling Introduction to Marketıng -An Admınistrative Approach, p. 586

8. Mc. Carthy: Basic Marketing; A Managerial Approach p 44

9. Philip Kotlar: Marketing management p 18

10 भुगतान शेष (बैलेस आफ पेमेंट) का वह भाग जिसमे विभिन्न प्रकार की वस्तुओ के आयात तथा निर्यात का लेखा रखा जाता है, व्यापार शेष अथवा व्यापार सतुलन (बैलेस आफ ट्रेड) कहलाता है।

अध्याय 6

भारत का विदेशी–व्यापार एवं अन्य सार्क देश

अल्प विकसित एव विकासशील देशो के लिए विदेश व्यापार बहुत महत्व रखता है। यह विकास की लालसा उत्पन्न करता है, ज्ञान तथा अनुभव देता है, जो विकास को सभव बनाते है और इसे पूरा करने के साधन प्रदान करता है। इसका कार्य भावी विकास के सदर्भ मे अत्यत महत्वपूर्ण है। सक्षेप मे, विदेश व्यापार आर्थिक विकास का इजन है।

भारत एक विकासशील देश है। इसके व्यापार मे योजनावधि मे महत्वपूर्ण परिवर्तन हुए है। स्वतत्रता से पूर्व और स्वतत्रता के बाद भारत के विदेश –व्यापार प्रवृत्तियो मे उल्लेखनीय अतर है। स्वतत्रता से पूर्व भारत का विदेश–व्यापार उपनिवेशी प्रवृत्तियो से प्रभावित था और इसके बाद इनसे मुक्त हो गया। इसके अतिरिक्त, राजनीतिक स्वतत्रता के बाद ही भारत ने आर्थिक स्वतत्रता के लिए भी प्रभावशाली कदम उठाये और इनका प्रभाव विदेश व्यापार पर स्पष्ट रूप से परिलक्षित है। योजनावधि मे विकासात्मक प्रयासो का प्रभाव भारत के विदेशी व्यापार पर पडा है। इतना ही नहीं, विदेशी व्यापार ने विकासात्मक प्रयास को भी प्रभावित किया है।

हाल के वर्षो में द्विपक्षीय व्यापार प्रणाली का परम्परागत स्वरूप बदला है तथा बहुपक्षीय व्यापार प्रणाली के अतर्गत क्षेत्रीय व्यापारिक एव आर्थिक सहयोग सगठनो व गुटो को बढावा मिला है। इनमे यूरोपीय सघ, ओपेक, एशियन, सार्क आदि के नामो का उल्लेख किया जा सकता है।

प्रस्तुत अध्याय–6 का अनुभाग 6 1 द्विपक्षीय एव बहुपक्षीय व्यापारिक समक्षौता पर है। अनुभाग 6.2 विश्व मे क्षेत्रीय व्यापार गुटो का योगदान तथा अनुभाग 6 3 सार्क की स्थिति को स्पष्ट करते हैं। अनुभाग 6 4 अन्य सार्क देशो के साथ भारत के विदेशी व्यापार की समीक्षा करता है। इसी अनुभाग में द्विपक्षीय व्यापार प्रणाली के अतर्गत भारत–नेपाल व्यापार, भारत–वागलादेश व्यापार, भारत–श्रीलंका व्यापार, भारत–पाकिस्तान व्यापार, भारत–मालदीव व्यापार तथा भारत–भूटान व्यापार प्रवृत्तियो की भी समीक्षा की गयी है।

6.1 द्विपक्षीय एवं बहुपक्षीय व्यापारिक समझौते

प्रारम्भ मे प्रतिष्ठित अर्थशास्त्री स्वतत्र व्यापार*[1] के पक्ष मे थे। किन्तु बीसवी शताब्दी की समयावधि मे विश्व की स्वतत्र व्यापारिक व्यवस्था का क्रमश अन्त होने लगा तथा व्यापारिक समक्षौते प्रणाली*[2] के माध्यम से अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार को सम्पादित करने हेतु प्राथमिकता प्रदान की जाने लगी। व्यापारिक समक्षौते दो प्रकार के होते हैं–

(1) द्विपक्षीय एव (2) बहुपक्षीय, ऐतिहासिक दृष्टिकोण से बहुपक्षीय व्यापारिक प्रणाली का चलन यद्यपि प्राचीनकाल से ही है किन्तु द्विपक्षीय व्यापारिक प्रणाली का इतिहास नवीन है।

(1) द्विपक्षीय व्यापारिक समझौते

द्विपक्षीय व्यापारिक समझौते वे है जो दो देशो व व्यक्तियो या फर्मो के बीच वस्तुओ के सीधे विनिमय के लिए किये जाते हैं, जिसमे भुगतान करने की आवश्यकता नहीं होती। इस समझौते के अन्तर्गत लेन–देन वस्तुओ के आधार पर होता है। उदाहरण के लिए भारत–अमेरिका व्यापारिक समझौता, भारत–रूस व्यापारिक समझौता आदि। इस प्रकार के समझौते अल्पकालीन अवधि के किये जाते हैं, अल्पकाल से यहा आशय एक वर्ष या उससे कम अवधि का है। व्यापारिक समझौते की अवधि समाप्त होने पर इन्हे बढा दिया जाता है अथवा उनके स्थान पर नया समझौता कर लिया जाता है। वास्तव मे द्विपक्षीय व्यापार समझौते के अन्तर्गत एक देश दूसरे देश से एक निर्धारित मात्रा मे विदेशी व्यापार सम्बध बनाये रखते है।

विशेषतायें

द्विपक्षीय व्यापारिक समझौते की निम्नलिखित मुख्य विशेषताये हैं–

1 द्वितीय युद्ध से पूर्व इस प्रकार के व्यापारिक समझौते ज्यादातर व्यक्तिगत आधार पर निर्यात व आयात करने वालो के बीच होते थे किन्तु युद्धोत्तर काल मे ये सरकारी स्तर पर होने लगे हैं।

2 ये व्यापारिक समझौते अधिकाशत एक वर्ष की अवधि अथवा इससे कम अवधि के लिये ही किये जाते है, किन्ही विशेष स्थितियो में इन समझौतो की अवधि पॉच वर्ष भी हो सकती है।

*1 Free Trade
*2. Trade Agreements System

3 इस प्रकार के व्यापारिक समझौते के साथ आयात–निर्यात वस्तुओ की सूचिया लगी रहती है और सबधित देश प्रत्येक वस्तु की मात्रा और मूल्य भी निश्चित कर लेते है।

4 ये समझौते वस्तुओ के सीधे विनिमय के लिए किये जाते है, जिसमे भुगतान करने की आवश्यकता नही होती। अन्य शब्दो मे विदेशी विनिमय का न्यूनतम उपयोग करने के विचार से दोनो राष्ट्र अपने–अपने केन्द्रीय बैंक मे समाशोधन खाते खोलते हैं और अवधि समाप्त होने पर व्यापारिक अन्तर का भुगतान मुद्रा या अपरिवर्तनीय मुद्रा मे किया जाता है।

5 इस समझौते के अन्तर्गत लेन–देन वस्तुओ के सीधे विनिमय के आधार पर होता है।

6 इस समझौते के अन्तर्गत दो राष्ट्र एक–दूसरे को अधिकतम व्यापारिक सुविधाएँ देने के लिए सहमत हो जाते है।

उद्धेश्य

द्विपक्षीय व्यापारिक समझौते के मुख्य उद्धेश्य निम्नलिखित है–

1 द्विपक्षीय समझौते के अन्तर्गत दोनो देश भुगतान सम्बन्धी समस्याओ का सामाधान अपने देश के केन्द्रीय बैंक मे भुगतान खाते खोलकर कर सकते है।

2 इन समझौते के अन्तर्गत दोनो देश अपनी आन्तरिक आवश्यकताओ के अनुसार समझौते स्थापित करते है, अत दोनो देश लाभान्वित होते है।

3 देश मे उपलब्ध विदेशी मुद्रा कोष का उपयोग इन समझौतों की सहायता से अधिक मितव्ययितापूर्ण रीति से किया जाना सम्भव हो सकता है तथा इन कोषो का उपयोग अधिक अनिवार्य वस्तुओ को क्रय करने हेतु किया जा सकता है।

4. यदि किसी देश मे वस्तुएँ आवश्यकता से कम हैं या इन वस्तुओ का उत्पादन नहीं होता है तो ऐसी वस्तुओ को किसी ऐसे देश से प्राप्त करना जिससे सस्ते से सस्ते मूल्य पर प्राप्त हो जाएँ।

5 विनिमय दर में स्थायित्व प्रदान करने मे भी ये समझौते पर्याप्त सहायक सिद्ध होते है।

6 जिन देशो के व्यापार पर सरकार का अधिकार या नियन्त्रण है, उनसे व्यापारिक सुविधाएँ प्राप्त करना।

7 देश से नवीन उत्पादनो के विक्रय हेतु बाजार बनाने तथा पहले से ही निर्यात की जा रही वस्तुओ के लिए नये बाजार उपलब्ध कराने के उद्धेश्य से भी ये समझौते सम्पन्न किये जाते है।

8 आयात एव निर्यात की जाने वाली वस्तुओ की सूची निश्चित करने, वस्तु की मात्रा एव मूल्य निश्चित करने के उद्धेश्य से भी दो देशो के मध्य द्विपक्षीय व्यापार समझौते सम्पन्न किये जाते है।

9 पूँजी के अनावश्यक एव एकाएक आवागमन से देश के भुगतान सन्तुलन मे उत्पन्न उच्चावचनो को नियन्त्रित करने के लिए भी द्विपक्षीय समझौते प्रणाली का उपयोग किया जाता है।

प्रकार:–द्विपक्षीय– व्यापारिक समझौते, के दो प्रमुख प्रकार निम्नलिखित हैं–

(1) निकासी समझौते, तथा (2) क्षतिपूर्ति समझौते।

(1) निकासी समझौते– द्विपक्षीय निकासी समझौते*[1] का जन्म विनिमय–नियन्त्रण देशो के मध्य व्यापार विनिमय नियन्त्रित देशो मे आपस मे स्वय व्यापार करने की इच्छा से उदय हुआ। इसके अन्तर्गत प्रत्येक देश के आयातकर्त्ता अपने भुगतान, देश की चलन मुद्रा मे केन्द्रीय बैंक के विशिष्ट खाते मे या देश के निकासी कार्यालय में जमा कर देते हैं तथा उसी देश के निर्यातकर्त्ता उसी खाते से भुगतान प्राप्त करते है। यदि व्यापार शेष असन्तुलित हैं तो लेनदार देश के निर्यातकर्त्ताओ को उस समय तक प्रतीक्षा करनी पडती है जब तक कि आयातक खाते मे पर्याप्त देशी चलन मुद्रा एकत्रित नहीं हो जाती। केन्द्रीय बैंक कभी–कभी स्वत निर्यातकर्त्ताओ को साख प्रदान करता है, जिससे वह अस्थायी निर्यात को आयात से जमा कर ले। इस प्रकार स्पष्ट है कि निकासी समझौते में विदेशी मुद्रा का महत्त्व लगभग समाप्त हो जाता है। इस व्यवस्था मे एक देश आयात उसी देश से कर सकता है जिस देश से निर्यात व्यापार किया जा रहा हो।

***1. Bilateral Clearing Agreement**

(2) क्षतिपूर्ति समझौते- यह एक प्रकार का वस्तु विनिमय समझौता[*1] है। इसके अन्तर्गत एक देश दूसरे देश को उतनी ही मात्रा एव मूल्य की वस्तुएँ एव सेवाएँ निर्यात करता है जितना कि वह बदले मे सम्बन्धित देश से आयात करता है। इस प्रकार आयात–निर्यात का भुगतान कर देते है तथा दोनो देशो का भुगतान स्वत ही सन्तुलित हो जाता है। अत क्षतिपूर्ति समझौते[*2] के अनुसार एक निर्यातक देश को आयातक देश तथा आयातक देश को निर्यातक भी होना चाहिए।

भारत एव द्विपक्षीय व्यापारिक समझौते

सन् 1929 की घोर आर्थिक मन्दी एव विश्व की परिवर्तनशील राजनैतिक दशाओ मे देश को विदेशी व्यापार हेतु द्विपक्षीय समझौता प्रणाली की सहायता लेना लगभग अनिवार्य हो गया। सन् 1932 मे ब्रिटिश साम्राज्य देशो के मध्य एक ओटावा समझौता किया गया। इन समझौते मे भारत भी शामिल था। समझौते के परिणामस्वरूप भारत के ब्रिटेन के साथ व्यापार मे अनुकूल परिवर्तन दृष्टिगत हुए। सन् 1934 एव 1937 मे भारत एव जापान के मध्य समझौते सम्पादित किये गये। इन समझौतो से भी जापान एव भारत के मध्य अनुकूल व्यापार सवर्द्धन सम्भव हुआ।

इसी प्रकार स्वतन्त्रता प्राप्ति के पश्चात् भारत ने घनिष्ट व्यापारिक सम्बन्ध स्थापित करने के लिए अनेक देशो के साथ समय–समय पर द्विपक्षीय समझौते किए हैं जैसे–पश्चिमी जर्मनी, रूस, फ्रास, नार्वे, ईराक, ईरान, पोलैण्ड, हगरी, फिनलैण्ड, मिश्र, सूडान, आस्ट्रिया, चेकोस्लोवाकिया, तुर्की, मोरक्को, ट्यूनीशिया, बॉगलादेश, मारीशस, पाकिस्तान, नेपाल कोरिया, वर्मा, वुलगारिया, कुवैत, यूगोस्लाविया, अफगानिस्तान आदि।

इसी प्रकार 1978 के लिए भारत ने पूर्वी यूरोप के उन सभी छह देशो के साथ वार्षिक व्यापार समझौते किए जिनसे 1977–78 मे भारत का दोतरफा सतुलित व्यापार होता रहा था।

भारत ने ये द्विपक्षीय व्यापारिक समझौते कई कारणो से किये जैसे–

1. विदेशी व्यापार मे व्याप्त प्रतिकूल स्थिति,
2. विभिन्न देशो से भुगतान असन्तुलन की समस्या,

*1 Baster Agreement
*2. Compensation Agreements

3 देश मे आर्थिक विकास हेतु उपयुक्त वातावरण उत्पन्न करने के लिए,

4 नवीन वस्तुओ को विदेशी व्यापार मे स्थान प्रदान करने के लिए,

5 विभिन्न देशो से अनुकूल सम्बन्ध बनाने के लिए, तथा

6 युद्ध के कारण उत्पन्न प्रतिकूल स्थितियो का सामना करने के लिए।

भारत को द्विपक्षीय समझौते की नीति अपनाने से निम्नलिखित लाभ प्राप्त हुए है–

1 द्विपक्षीय समझौते के कारण भारत अनेक देशो से नए सम्बन्ध स्थापित कर सका है जिसके कारण अनुकूल व्यापार सवर्द्धन सम्भव हुआ।

2 इन समझौतो के कारण भारत को अपने नए माल और नई वस्तुओ के निर्यात का अवसर प्राप्त हुआ।

3 देश के विदेशी व्यापार को अनुकूल दिशा प्रदान करने मे महत्त्वपूर्ण सहयोग प्राप्त हुआ।

4 इस प्रकार के समझौतो के कारण भारत ने अनेक देशो के साथ रूपये खाते खोलकर अपनी भुगतान सम्बन्धी कठिनाइयो को कम किया है।

5 इन समझौतो के अन्तर्गत भारत ने अनेक देशो को व्यापारिक छूटे दी है और इसके बदले मे अनेक देशो से व्यापारिक छूटे प्राप्त की है।

बहुपक्षीय व्यापारिक समझौते

बहुपक्षीय व्यापारिक समझौते*[1] से आशय उन समझौतो से है जो कि अनेक राष्ट्रो के मध्य अन्तर्राष्ट्रीय आधार पर एक साथ मध्य दीर्घकालीन अवधि के लिए किये जाते है। इन समझौतो की अवधि 10 वर्ष, 20 वर्ष या इससे भी अधिक होती है। उदाहरण के लिए व्यापार एव प्रशुल्क–विषयक सामान्य समझौता*[2] बहुपक्षीय व्यापारिक समझौता है। बहुपक्षीय समझौता का क्षेत्र अत्यन्त व्यापक है तथा इनमे पर्याप्त स्थायित्वता की दशाएँ भी विद्यमान होती हैं। विश्व शान्ति एव आर्थिक उन्नति के दृष्टिकोण से इन समझौतो का विशेष महत्त्व है। अन्तर्राष्ट्रीय

*1 Multilateral Trade Agreements
*2. GATT

बहुपक्षीय समझौते के लाभ

बहुपक्षीय व्यापारिक समझौते से प्रमुखत निम्नलिखित लाभ प्राप्त होते हैं–

1 बहुपक्षीय व्यापारिक प्रणाली एक ऐसी विश्व बाजार व्यवस्था को जन्म देती है जिसमे विभिन्न राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था एक दूसरे के निकट आ जाती है।

2 बहुपक्षीय समझौतो के माध्यम से अन्तर्राष्ट्रीय श्रम विभाजन एव विशिष्टीकरण का अधिकतम मात्रा मे लाभ प्राप्त किया जा सकता है।

3 इस प्रणाली के अन्तर्गत अन्तर्राष्ट्रीय बाजार मे स्वतन्त्र प्रतिस्पर्धा की विद्यमानता के कारण लागत स्तर मे विभिन्न देशो के मध्य लगभग समानता होती है। परिणामत उत्पादको के लिए उपभोक्ता का शोषण करने का वातावरण उपलब्ध नही हो पाता।

4 बहुपक्षीय समझौतों मे दृश्य एव अदृश्य दोनो प्रकार के मदो को समान महत्व प्रदान किया जाता है। इसमे स्थानान्तरण व्यापार को सम्मिलित करने का प्रावधान भी होता है।

5 बहुपक्षीय समझौतो के माध्यम से विभिन्न देशो के मध्य परस्पर सहयोग एव अनुरूप भावना उत्पन्न होती है।

6 इन समझौतो के माध्यम से अविकसित एव अर्द्ध विकसित देशो द्वारा अपने औद्योगिक विकास हेतु आवश्यक साधन प्राप्त किये जा सकते हैं।

7 किसी भी देश के पक्ष या विपक्ष में वस्तु की कीमत गुण या मात्रा की दृष्टि से नीति अपनायी जा सकती है।

8 बहुपक्षीय समझौतो के अन्तर्गत शोषण का कोई क्षेत्र नहीं है जबकि द्विपक्षीय समझौते में आर्थिक दृष्टि से शक्तिशाली राष्ट्र निर्बल राष्ट्रो का शोषण, अपनी क्रय–विक्रय नीतियों द्वारा करते हैं।

9 बहुपक्षीय समझौते मे देश को सस्ते बाजार मे वस्तुएँ खरीदने व महगे बाजार मे बेचने की स्वतन्त्रता होती है किन्तु यह स्वतन्त्रता द्विपक्षीय समझौते मे नहीं होती है।

10. विश्व व्यापार को सम्वर्द्धित करने के लिए इन समझौतो का विशेष महत्त्व है।

11 बहुपक्षीय समझौते मे एकरूपीय मूल्याकन व्यवस्था के साथ–साथ सभी चलन मुद्राएँ एक ही आधार पर मूल्याकित की जाती है, जिसके फलस्वरूप एक समान अनतर्राष्ट्रीय मौद्रिक व्यवस्था की स्थापना की जा सकती है।

बहुपक्षीय व्यापारिक प्रणाली के उदाहरण–

बहुपक्षीय व्यापार प्रणाली हाल मे विकास हुआ है। इस प्रणाली अन्तर्गत कुछ सदस्य देश अपने आपसी हितो के लिये एक छोटे समूह बना लेते है। जिसे क्षेत्रीय आर्थिक गुटबन्दी कहा जाता है। इस प्रकार के छोटे समूह बनाने का उद्धेश्य एक प्राथमिकतायुक्त शुल्क सूची*[1] के लिये बातचीत करना एव समझौता करना है जिनसे उन सदस्य देशो के बीच व्यापार का विकास किया जा सके। इस प्रकार पक्षपातयुक्त दरे जो कि इन छोटे समूह के देशो द्वारा अपनायी जाती है, वे परम्परागत या अन्तर्राष्ट्रीय प्रशुल्क दरों*[2] मे कम होती है। इनका निर्धारण गैट की सीमा*[3] के बाहर है।

क्षेत्रीय आर्थिक गुट

क्षेत्रीय आर्थिक गुटबन्दी के कई रूप हो सकते हैं, जिनमे निम्नलिखित विशेष उल्लेखनीय है

(क) मुक्त व्यापार क्षेत्र*[4]– इसका उद्धेश्य सदस्य देशो के बीच से सीमा करो का अन्त करना है। गुट के बाहरी देशो के व्यापार मे प्रबधक सदस्य देश स्वतत्र होता है और पृथक् नीति का परिपालन कर सकता है। यूरोपीय मुक्त व्यापार सघ*[5] एव लेटीन अमेरीकी मुक्त व्यापार क्षेत्र*[6] इसके मुख्य उदाहरण है।

(ख) सीमा शुल्क संघ– सीमा शुल्क सघ*[7] मे दो बाते महत्वपूर्ण हैं– (1) पारम्परिक व्यापार (सदस्य देशो मे) मे कोई सीमा शुल्क अथवा प्रतिबध नही लगाते और विद्यमान सीमा शुल्क व प्रतिबन्ध समाप्त कर दिये जाते है। यह नीति विशेष रूप सदस्य देशो मे उत्पन्न

*1. Preferential Tarift Rate
*2. Conventional Tarift Rates
*3. Purview of GATT
*4. Free Trade Area
*5. European Free Trade Association-EFTA
*6. Latin American Free Trade Association-LAFTA
*7. Customs Union

वस्तुओ के गमनागमन पर लागू होती है, (ii) सघ के बाहरी देशो के व्यापार पर सीमा–शुल्क बनाये जाते है किन्तु सभी सदस्यो की दरे समान होती है।

(ग) साझा बाजार– साझा बाजार*[1] से तात्पर्य ऐसे क्षेत्र से है जिसके अन्तर्गत सदस्य देश सीमा–शुल्क सघ सिद्वात अपनाकर पारस्परिक व्यापार मे कोई सीमा–शुल्क अथवा रूकावटे नही लगाते और सम्पूर्ण क्षेत्र एक राजनैतिक इकाई के समान मुक्त व्यापार क्षेत्र का लाभ उठाता है। यूरोपीय साझा बाजार*[2] इसका आदर्श उदाहरण है।

(घ) आर्थिक सघ*[3]– सबके लिए समान आर्थिक नीति इसका मूल लक्षण है। इसके अन्तर्गत मुक्त व्यापार, सीमा–शुल्क और साझा बाजार सहयोग के अतिरिक्त मौद्रिक साख व राजकोषीय नीति मे भी सहयोग किया जाता है अर्थात् समान मौद्रिक नीति, सम्पन्न साख नीति एव सरकारी व्यय व सरकारी कर नीतियॉ भी सदस्य देशो की समान होती हैं।

इससे छोटे समूह या गुट जिन्होने प्राथमिकतायुक्त शुल्क–दर अपनायी है, उनमें महत्त्वपूर्ण हैं– आसियान, ओपेक, लैया, एफ्टा, सेपजल, हकावास, सिओ, एक्कास, साकु सार्क इत्यादि।

6.2 विश्व में क्षेत्रीय व्यापार गुटों का योगदान

विश्व मच पर विदेशी व्यापार से मिलने वाले लाभ अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर क्षेत्रीय व्यापार के रूप मे सिमट गया है। इस सन्दर्भ मे निर्यात एव आयात को विश्व व्यापार के प्रतिशत के रूप मे 15 व्यापार–गुटो के मध्य तालिका 6 1 मे प्रस्तुत किया गया है।

तालिका के विश्लेषण से यह ज्ञात होता है कि–

1 अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार मे सर्वाधिक भागीदारी एशियाई प्रशान्त क्षेत्र (एपेक), यूरोपीय सघ, तथा उत्तरी अमेरिका मुक्त व्यापार क्षेत्र (नाफ्टा) का है।

2 एशिया महाद्वीप में क्षेत्रीय व्यापार सहयोग के जिन सगठनो को तालिका मे सम्मिलित किया गया है उनके नाम हैं– सार्क*[4] आशियान*[5] और चीनी आर्थिक क्षेत्र*[6]। ये क्षेत्र 1980 के बाद से आयात और निर्यात व्यापार में महत्त्वपूर्ण भूमिका का प्रदर्शन कर रहे हैं।

*1. Common Market *2. European Common Market-ECM
*3. Economic Union *4. Free Trade.
*5. South Asian Association of Regional Co-operation-'SAARC"
*6. Association of South East Asian Nations-'ASEAN'

3 अरवियन गल्फ को आपरेशन कौंसिल*[1] और ओपेक*[2] 1980 के बाद से आयात–निर्यात व्यापार मे गिरावट प्रदर्शित करते हैं।

4 नाफ्टा*[3] का 1992 के पश्चात विश्व मे निर्यात व्यापार बढा है जबकि आयात व्यापार घटा है।

5 लैटिन अमेरिकी ब्लाक के अन्तर्गत 'केन्द्रीय अमेरिकी साझा बाजार*[4] और लैटिन अमेरिकी सहयोग सगठन*[5] 1980–95 मे अपने आयात–निर्यात को स्थिर नही रख सके है जबकि 1995 मे बढने की प्रवृत्ति प्राप्त है।

6 यूरोपीय सघ*[6] का निर्यात व्यापार 1992 तक बढा है, इसके बाद घटने की प्रवृत्ति प्राप्त है जबकि 1987 तक आयात व्यापार घटा है और इसके पश्चात बढने लगा है।

7 'यूरोपीय मुक्त बाजार व्यापार क्षेत्र*[7] का निर्यात और आयात का प्रतिशत 1987 से घटा है।

8 दक्षिणी अफ्रीकी कस्टम सघ*[8] और पश्चिमी अफ्रीकी राज्यो का आर्थिक समुदाय*[9] को छोडकर अफ्रीकी ब्लाक के अन्तर्गत निराशावादी प्रवृत्ति देखने को मिलती है। अफ्रीकी देशो का आर्थिक समुदाय*[10] और केन्द्रीय अफ्रीकी देशो का आर्थिक समुदाय*[11] मे निर्यात और व्यापार के प्रतिशत मे कमी आयी है।

9 पश्चिमी अफ्रीकी राज्यो का आर्थिक समुदाय का बेहतर प्रदर्शन केवल 1995 मे है जबकि 1980 से 1995 के बीच दक्षिणी अफ्रीकी कस्टम सघ का निर्यात–आयात व्यापार कभी घटा है तो कभी बढा है।

*1. Chinese Economic Area-'CEA'
*2 Arabian Gulf Co-operation Council.-'AGCC'
*3. Organisation of Petrolium Exporting Countries-'OPEC'
*4 North American Free Trade Area-'NFTA'
*5 Central American common Market-'CACM'
*6. Latin American Integration Association- LAIA
*7. European Union-EU (U.K. Germany, France, Denmark, Spain, Portugal, Greece, Luxembourg, Italy, Netherland, Belgium Ireland, Australia, Norway, Finland.)
*8. European Free Trade Area-EFTA-(Sweden, Switzerland, Iceland, Australia, Norway, Finland, Liechtenstein)
*9. South African Customs Union-'SACU'
*10. Economic Community of West African States-ECOWAS
*11. Community Economiquede I-Afriquede I

तालिका 6 1

विश्व मे क्षेत्रीय व्यापारिक गुटो का योगदान

गुट	1980		1987		1992		1995		1999	
	निर्यात	आयात	निर्यात	आयात	निर्यात	आयात	निर्यात	आयात	निर्यात	आयात
एपेक	30 633	33 340	34 42	36 70	32 17	33 79	46 140	44 663	46 24	44 363
सार्क	0 656	1 244	0 80	1 21	0 88	1 01	0 895	1 125	0 910	1 134
एसियान	4 309	3 784	3 38	3 20	5 03	5 11	8 357	6 524	8 383	6 542
सीइए	2 879	3 058	5 80	5 09	5 49	7 23	8 438	8 112	8 834	8.210
एसीसीसी.	7 575	2 328	1 98	1 40	1 83	1 30	1 774	1 543	1 474	1 453
ओपेक	—	—	704	6.20	3.24	2 75	—	—	—	—
नाफ्टा	14 435	16 723	15 36	21.29	16.21	19 01	16 647	19.225	16 460	19 528
लैया	3 605	3 679	3 14	2.24	2 89	2 90	3 680	3 580	3 860	3 845
सीएसीएन	0.237	3 679	0 167	0.227	0.225	0.211	0 142	0.220	0.220	0.230
यूरोपीयसघ	34 494	38 129	39 78	31 97	40 66	40 15	38 098	35 639	37 890	34 839
एफ्टा	6.238	6.245	6 62	6 70	6.28	5 71	5 521	4 908	5.251	4 890
सेपजल	0 010	0 032	0 075	0 068	0	0	0 004	0 012	0 004	0 011
इकावास	1 725	1.307	0.626	0 63	0 591	0 485	0 392	0 345	0 399	0 354
सिओ	0.239	0.297	0.209	0.226	0.232	0.234	0 110	0 116	0 101	0 112
एक्कास	0.235	0 165	0.243	0.220	0 156	0 126	0 142	0 084	0 134	0 083
साकु	0.130	0.023	0.839	0.590	0.66	0.519	0 612	0 672	0 611	0 666

स्त्रोत वर्ल्ड डेवलेपमेंट रिर्पोट, 1992, 1997, 2000–2001 के आधार पर परिकलित

10 विश्व व्यापार मे यूरोपीय सघ, नाफ्टा, चीनी आर्थिक क्षेत्र, और आसियान व्यापार के महत्त्वपूर्ण गुटो (ब्लाक) मे आते है।

'नाफ्टा'*[1], आसियान*[2], यूरोपीय सघ, पश्चिमी–अफ्रीकी राज्यो का आर्थिक समुदाय*[3] और केन्द्रीय अफ्रीकी देशो का आर्थिक समुदाय*[4] नामक क्षेत्रीय व्यापार खण्डो मे अन्तर्क्षेत्रीय व्यापार का प्रतिशत 1980 के बाद तेजी से बढा है, किन्तु केन्द्रीय अमेरिकी साझा बाजार*[5] लैटिन अमेरिकी सहयोग सगठन*[6] और अफ्रीकी देशो का आर्थिक समुदाय*[7] मे व्यापार का प्रदर्शन निराशापूर्ण है। इन व्यापार क्षेत्रो मे 'सार्क' क्षेत्र की व्यापार–प्रवृत्ति वर्द्धमान है किन्तु इसमे तीव्रता का अभाव है।

6.3 सार्क की स्थिति

विश्व स्तर पर विदेश व्यापार मे क्षेत्रीय गुटो की भागीदारी के जो लाभ मिले है उनमे मुख्य है– अपने ही क्षेत्र मे निर्मित वस्तुओ के लिए विस्तृत बाजार तथा वस्तुओ की उचित कीमते प्राप्त होना। इन क्षेत्रीय गुटो मे एपेक, यूरोपीय सघ, नाफ्टा की भागीदारी अत्यन्त महत्त्वपूर्ण है। किन्तु इससे अन्य गुटो की भागीदारी को नजर अदाज नही किया जा सकता। हाल के वषो मे एशियाई क्षेत्र मे निम्र गुट उभर कर समाने आये हैं–

1 नयी औद्योगिक अर्थव्यवस्थाए

इस गुट के अन्तर्गत हागकाग, चीन, कोरिया, गणराज्य, सिगापुर एव टैपी देश आते हैं।

2. केन्द्रीय एशियाई गणराज्य

इस गुट मे कजकिस्तान, खिर्गिज गणराज्य, ताजिकिस्तान एव उजबेकिस्तान देश आते हैं।

*1. North American Fee Trade Area.-NAFTA (U.S A., Canda, Maxico)
*2. Association of South East Asian Nations -ASEAN
(Singapore, Malaysia, Indonasia, Thoiland, Philipines, Brunie, Vietnam 1996)
*3. Economic Community of West African States.-ECOWAS.
(Capeverde, Niger, Senegal, Gambia, Mauritania, Mali, Guinva, Guinea Bissau, Siena Leone, Liberia, Burkina, Faso, Coted, Ivoire, Benin, Togo, Ghana, Nigeria.)
*4. Economic Community of Central African States-'ECCAS'.
*5. Central American Common Market-CACM.
*6. Latin American Inegration Association-'LAla'
*7. Community economique de I Afrique die I Quest -'CSAO'
(Senegal, Mauritania, Maliy. Coted' Ivaire, Burkina Faso, Benin, Niger)

3 एशियाई प्रशान्त क्षेत्र

इस गुट मे फिजी द्वीप समूह, जेनेवा, कोक द्वीप समूह, किरिवती, मार्शल द्वीप समूह, माइक्रोनेशिया के सघीय राज्य, नारो, समोआ, सोलोमन द्वीप समूह, टागा, टुबालू एव वानु आटु देश आते है।

4. दक्षिण–पूर्व एशिया

इस गुट मे कम्बोडिया, इडोनेशिया, मलेशिया, म्याभार, फिलीपीस, थाईलैड, वियतनाम एव लाव पीपुल्स डेमोक्रेटिक रिपब्लिक देश आते है।

5. दक्षिण एशिया

इस क्षेत्र के गुट का नाम है– दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन (सार्क अथवा दक्षेस)।

दक्षिण एशियाई सार्क के सदस्य देश अल्पविकसित अर्थव्यवस्था वाले देश हैं। सार्क क्षेत्र मे सम्पूर्ण विश्व की 21 प्रतिशत जनसख्या निवास करती है किन्तु इस क्षेत्र मे सम्पूर्ण भूमण्डल का 35 प्रतिशत भाग है तथा विश्व के सम्पूर्ण उत्पादन मे इस क्षेत्र की भागीदारी 13 प्रतिशत है।

2 सार्क क्षेत्र का निर्यात एव आयात व्यापार कुल अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार का लगभग एक प्रतिशत है। यह तालिका 61 से सुस्पष्ट है। इसका प्रमुख कारण विश्व की लगभग आधी निर्धन जनसख्या का सार्क देशो मे निवास करना। निर्धनता (अथवा गरीबी) सार्क क्षेत्र के पिछडेपन का मुख्य कारण है।

3 श्रीलंका तथा मालदीव द्वीप समूहो को छोडकर अन्य सभी सार्क देश अल्प आय वाली अर्थव्यवस्थाए हैं।[4] दक्षिण एशियाई सार्क क्षेत्र मे प्रतिदिन एक डालर से भी कम आय कमाने वाली जनसंख्या का प्रतिशत 435 है जो अन्य अल्पविकसित क्षेत्र की तुलना मे सर्वाधिक है।[5]

सार्क देशों में वस्तुओं का व्यापार

सार्क क्षेत्र का निर्यात एवं आयात–व्यापार कुल अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार का लगभग एक प्रतिशत है। विदेशी व्यापार मे भागीदारी का यह प्रतिशत दक्षिण अफ्रीकी कस्टमसंघ (साकु), केन्द्रीय अफ्रीकी देशों का आर्थिक समुदाय (एक्कास), अफ्रीकी देशो का आर्थिक समुदाय (सीओ),

पश्चिमी अफ्रीकी राज्यो का आर्थिक समुदाय (इकोवास), केन्द्रीय अमेरीकी साझा बाजार (सीए सीएम) जैसे क्षेत्रीय व्यापारिक गुटो से अधिक है। यह निष्कर्ष हमे तालिका 6 1 से प्राप्त हैं। जिसमे निर्यात और आयात व्यापार को विश्व के प्रतिशत के रूप मे 15 व्यापारिक गुटो के लिए प्रस्तुत किया गया है।

सार्क देशो का प्रति व्यक्ति निर्यात*[1] निष्पादन वर्ल्ड डेवलपमेट रिपोर्ट 2000–2001 के अनुसार इस प्रकार रहा है– नेपाल–56 डालर, बागलादेश 40 डालर भारत 45 डालर पाकिस्तान 75 डालर, श्रीलका 290 डालर और मालदीव 173 डालर। राघवन (1995) द्वारा प्रस्तुत अध्ययन के आधार पर हमे यह भी पता चलता है कि वे देश जिनकी जनसख्या अधिक है, प्रति व्यक्ति निर्यात निष्पादन की दृष्टि से पिछडे हुए हैं, दूसरे शब्दो मे सकल घरेलू उत्पादन के अधिक होते हुए भी ऐसे देश जिनकी जनसख्या अधिक है उनका प्रति व्यक्ति निष्पादन कम है। भारत को इसका उदाहरण कहा जा सकता है।

अकटाड 2000 से प्राप्त सार्क देशो के निर्यात सरचना से हमे निम्नलिखित तथ्य प्राप्त होते हैं–

1 भारत, पाकिस्तान, बागलादेश, श्रीलका एव नेपाल देशो द्वारा विश्व मे निर्यात की जाने वाली मुख्य वस्तुए हैं– मीट, मछली, चावल, ताजी सब्जिया, ताजे एव सूखे मेवे, चीनी, काफी, चाय, पुष्टाहार, प्राकृतिक रबर, कपास, जूट, लोहा एव धातुए, खाद्यतेल, उर्वरक, चमडा, टेक्सटाइल धागे, कपास एव मनुष्य निर्मित फाइवर, टेक्सटाइल, वस्तुए, मोती एव बहुमूल्य पत्थर, आयरन स्टील प्लेट, एव चद्दरे, इजन, विद्युत उपकरण, सिले–सिलाये वस्त्र आदि।

2 भारत का निर्यात व्यापार मे वर्चस्व है और कुछ वस्तुओ को छोडाकर लगभग सभी वस्तुओं का निर्यात करता है, जो तालिका 6 4 से सुस्पष्ट है।

3 भारत की निर्यात वस्तुओ मे सर्वाधिक महत्त्व की वस्तुएं हैं– चाय 22 33% मोती एवं बहुमूल्य पत्थर 11 45%, जूट 8 8%, कच्चा लोहा 7.27%, चावल 6 74% तथा चमडा 6 01% आदि।

*1. प्रति व्यक्ति निर्यात = सकल निर्यात / जनसख्या

4 सार्क क्षेत्र का योगदान कुल विश्व निर्यात मे जूट, चाय, तथा चावल की दृष्टि से सर्वाधिक महत्त्व का है।

5 कुल विश्व निर्यात मे सभी विकासशील देशो का निर्यात प्रतिशत देखने से पता चलता है कि जूट, चाय, प्राकृतिक रवर, काफी, चीनी, आदि वस्तुओ का निर्यात प्रतिशत सर्वाधिक महत्त्व का है।

तालिका 6.4
निर्यात की वस्तुएं : सार्क देश, 1999–2000

क्रम स	वस्तु	निर्यातक देश
1	चावल	भारत, पाकिस्तान
2	कपास	भारत, पाकिस्तान
3	जूट	बागलादेश, भारत, नेपाल
4	फल और सुपारी	भारत, पाकिस्तान, श्रीलका
5	मास	बागलादेश, भारत
6	शेर मछली	बागलादेश, भारत, पाकिस्तान
7	चाय	बागलादेश, भारत श्रीलका
8	चमडा	बागलादेश, भारत, पाकिस्तान
9	टेक्सटाइल धागा	बागलादेश, भारत, पाकिस्तान
10	कपास फैब्रिक	भारत, पाकिस्तान
11	मनुष्य निर्मित फैब्रिक	भारत, पाकिस्तान
12	टेक्सटाइल वस्तुए	बागलादेश, भारत पाकिस्तान, श्रीलका
13	मोती एव कीमती पत्थर	भारत, श्रीलका
14	पुरुषो के सिले वस्त्र	बागलादेश, भारत, पाकिस्तान, श्रीलंका
15	स्त्रियो के सिले वस्त्र	बागलादेश, भारत, पाकिस्तान, श्रीलका
16	अन्त वस्त्र	बागलादेश, भारत, नेपाल, पाकिस्तान, श्रीलका
17.	सिले, वस्त्र, बाह्य उपयोग	भारत, पाकिस्तान, श्रीलका
18	सिले वस्त्र, अन्त उपयोग	बागला देश, भारत, पाकिस्तान, श्रीलका
19	हेडगीयर (गैरटेक्सटाइल)	भारत, पाकिस्तान

स्त्रोत अंकटाड – 2000

भारत का सार्क देशों को निर्यात

भारत द्वारा सार्क देशो को जिन प्रमुख वस्तुओ का निर्यात किया जाता है वे इस प्रकार है– सूखी एव तली मछलिया, काफी (साधारण एव विशिष्ट), आम, साफ्ट ड्रिक कास्ट्रेट, तम्बाकू ,सिल्क की वस्तुए, टेक्सटाइल धागा, काटन फैब्रिक्स, सिन्थेटिक एव रियोन टेक्सटाइल, गन्ना, सीमेण्ट, गैस, हैण्डलूम वस्तुए, आटोमोबाइल टायर एव टयूब, पैकिग के लिए प्लास्टिक की वस्तुए, औषधियॉ ड्रग्स एव फार्मेसी की वस्तुए, अकार्बनिक एव कार्बनिक रसायन, औधोगिक एव चिकित्सीय गैसे, धातु के समान (स्टील टयूब आदि) धातु के मशीनी उपकरण, कच्चा लोहा, पाइप, सेनीटरी, फिटिग सिमलेस टयूब, आयरन एव स्टील की चादरे, फैब्रिक्स वस्तुए औधेगिक उपकरण, किचेन उपकरण, टीन प्लेट, रेल पटरी की वस्तुए एल्युमीनियम कम्ब्यूसन इजन, पीस्टन, पम्प कम्प्रशेर, कृषि योग्य मशीनरी, वैज्ञानिक उपकरण सिविल इजीनियरिंग उपकरण, टेक्सटाइल मशीनरी, इलेक्ट्रानिक मशीनरी, धरेलू इलेक्ट्रिकल उपकरण, व्यावसायिक वाहन, यात्री वाहन, दो एव तीन पहिए की गाडियॉ, मोटर साइकिल, एव उसके पार्ट , कार्यालय उपकरण, दूरसचार के उपकरण, मछली पकडने के उपकरण, क्वायर धागे एव अन्य उत्पाद, चाय, रेडी का तेल, भवन निर्माण की वस्तुए, ज्वलनशील एव शमनकारी वस्तुए, हाथ के उपकरण, लाम स्टेपिल काटन, रग और रगाई के अन्य उपकरण, कृषि रसायन, रबर की वस्तुए, प्रेशर कुकर , ड्राइग मशीन, मशीन के उपकरण वाष्प वाइलर और उसके पुर्जे, छोटे स्टील के उत्पादन, विशिष्ट स्टील, शक्ति सम्बर्द्धन एव वितरण के उपकरण, तेल शोधन के उपकरण, पेपर मशीनरी, रेलवे लोकोमोटिव एव उपकरण, पशुओ की दवाए आदि।

सार्क देशो से भारत का आयात

भारत द्वारा 'सार्क' देशो से निम्नलिखित वस्तुए आयात की जाती हैं– प्राकृतिक रबर, चाय, कोक, गोद, कोपरा, सोलक्रेप, लाग प्राकृतिक ग्रेफाइट, मशाले, कोकोनट आयल, पिपली, ग्लिसरीन, दाले सूखी सब्जियॉ एव फल, स्क्रैप टायर एव रबर, आटोमोटिव उपकरण, राहाइट्स एवं स्कीन्स, क्वायर उत्पाद, मेराइन उत्पाद, इलेक्ट्रड्स, लुब्रीकेण्टस, अशोधित ऊन, कारपेट काटन, फैब्रिक्स, चावल, नमक, खाद्य तेल, नेष्था, जिप्सम, ओनिक, औधोगिक एल्कोहल, फास्फेट, ग्रेनाइटराक्स, पिग आयरन, आयरन स्क्रैप सल्फर, अनरोस्टेड आयरन, पाइराइटस, कार्बन, खाद्यतेल, रसायन, जडी बूटियां यूनानी चिकित्सिय वस्तुए, कृत्रिम रेजिन एव प्लास्टिक

तालिका 6.5

वस्तुओं एवं सेवाओं का निर्यात व्यापार. सार्क देश 2000 से पूर्व

देश	जी0डी0पी0	निर्यात मिलियन मे वस्तुएँ			सकल घरेलू उत्पाद के % के रूप मे	वस्तुओ का निर्यात वृद्धि दर % मे	निर्यात मिलियन मे सेवाएँ			सकल घरेलू उत्पाद के % के रूप मे	सेवाओ का निर्यात वृद्धि दर % मे	सेवा वस्तु निर्यात अनुपात	श्रम शक्ति	
	1998	1980	1990	1998			1983	1990	1998				कुल	वृद्धि दर % मे 90–99
बागलादेश	42775	740	1671	3831	8 956	4 18	164	296	252	0 589	0 5	6 58	66	3 0
भारत	383429	7511	17975	33626	8 769	3 48	3167	4609	11067	2 886	2 49	32 91	439	2 3
नेपाल	4479	94	210	414	9 243	3 40	107	166	433	9 667	3 05	104 58	11	2 4
पाकिस्तान	63895	2588	5589	8594	13 450	2 32	668	1240	1473	2 305	1 21	17 14	50	2 8
श्रीलका	15093	1043	1983	4735	31 372	3 54	282	425	888	3 233	2 15	18 75	8	2 0
भूटान	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
मालद्वीव	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–

स्त्रोत वर्ल्ड डेवलपमेंट रिपोर्ट– 1998–99, 1999–2000, 2000–2001 के आधार पर परिकलित

तालिका 6.6
वस्तुओं एवं सेवाओं का आयात व्यापारः सार्क देश, 2000 से पूर्व

देश	सकल घरेलू उत्पादन 1998	आयात मिलियन मे वस्तुऐं 1980	1990	1998	सकल घरेलू उत्पाद के % के रूप मे	वस्तुओ का आयात वृद्धि दर % मे	आयात मिलियन मे सेवाऐं 1983	1990	1998	सकल घरेलू उत्पाद के % के रूप मे	सेवाओ का आयात वृद्धि दर % मे	सेवा वस्तु आयात अनुपात	श्रम शक्ति कुल	श्रम शक्ति वृद्धि दर % मे 90–99
बांगलादेश	42775	1980	3598	6974	16 301	2 5	2165	554	1180	2 758	(–) 0 45	16 9	66	3 0
भारत	383429	13819	23642	42742	11 147	2 1	14061	5943	14196	3 702	0 01	32 21	439	2 3
नेपाल	4479	226	686	1245	27 796	4 5	464	159	189	4 219	(–) 0 59	15 18	11	2 4
पाकिस्तान	63895	5350	7546	9415	7 692	0 8	5329	1879	2468	3 863	(–) 0 54	26 21	50	2 8
श्रीलका	15093	2035	2685	5917	39 204	1 9	1820	620	1325	8 778	(–) 0 27	22 39	8	2 0
भूटान	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
मालद्वीव	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–

स्त्रोत वर्ल्ड डेवलपमेंट रिपोर्ट– 1998–99, 1999–2000, 2000–2001 के आधार पर परिकलित

वस्तुए सोडा एश, पिरालस, बहुमूल्य पत्थर, कृषि रसारन, आटोमोटिव उपकरण हैण्डलूम एव जनानी साडिया, उर्वरक, बास, लकडी के गूदे, पेपर एव बोर्ड, न्यूजप्रिण्ट, प्राकृतिक गैस, जल की मछली, अशोधित जूट एव जूट के धागे, जूट के कालीन, बकरी एव चमडे, अन्य पशुओ के चमडे चर्म निर्मित वस्तुए, नौलैश, टिम्बर केन उर्वरक, हस्तनिर्मित वस्तुए, कैल्सियम कार्बाइट, लकडी और अन्य जगली उत्पाद, फल एव जूस, स्क्रैप पेपर, फल एव सब्जिया, जानवर और खाद्य तेल एव वसा, मक्खन, हल्की इजीनियरिंग, की वस्तुए, ज्वार का आटा, कैचू, ऊन की वस्तुए, सार्क लीवर आयल आदि।

सार्क के सदस्य देशो के मध्य व्यापार मे सेवा क्षेत्र की महत्त्वपूर्ण भूमिका है जिस पर तालिका 65 तथा तालिका 66 से प्रकाश पडता है। उनमे तालिका 65 बागलादेश, भारत, नेपाल, पाकिस्तान तथा श्रीलका के सेवा क्षेत्र के निर्यात व्यापार के निष्पादन को प्रस्तुत करता है। सार्क क्षेत्र मे भूटान एव मालदीव के सेवाओ के निर्यात एव आयात व्यापार के आकडे उपलब्ध नहीं हैं अत इन्हे विश्लेषण मे सम्मिलित नही किया गया है। तालिका 65 से स्पष्ट है कि–

1 सकल घरेलू उत्पाद के प्रतिशत के रूप मे श्रीलका का वस्तुओ का निर्यात व्यापार तथा नेपाल का सेवाओ का निर्यात व्यापार सबसे अधिक हैं।

2 सकल घरेलू उत्पादन के प्रतिशत के रूप मे भारत का वस्तुओ का निर्यात व्यापार तथा बागला देश का सेवाओ का निर्यात व्यापार सबसे कम है। इसका प्रमुख कारण जनसख्या का भारी दबाव हो सकता है।

3 सेवाओं के निर्यात वृद्धि का प्रतिशत नेपाल का सबसे अधिक तथा बागला देश का सबसे कम है।

4 सेवाओ का वस्तुओ के निर्यात का अनुपात बागला देश मे सबसे कम तथा नेपाल मे सबसे अधिक है।

5 सेवा वस्तु निर्यात अनुपात की दृष्टि से भारत की स्थिति दूसरे क्रम पर है।

6 सेवाओं के निर्यात में भी भारत की स्थिति दूसरे क्रम पर है।

7 सेवा क्षेत्र के निष्पादन की दृष्टि से भारत मे कुल श्रम शक्ति सर्वाधिक है जबकि श्रमशक्ति में वृद्धि का प्रतिशत बागलादेश मे सर्वाधिक है।

उपर्युक्त विश्लेषण से स्पष्ट है कि 'सार्क' के सदस्य देशो मे सेवाओ के निर्यात

व्यापार का निष्पादन नेपाल के बाद भारत का है। वस्तुओ के निर्यात व्यापार मे भी भारत का श्रेष्ठ प्रदर्शन हो सकता है यदि अर्थव्यवस्था मे श्रम के स्त्रोत पर नियन्त्रण पाया जा सके।

6.4 भारत बनाम अन्य सार्क देश

दक्षिण एशियाई अल्पविकसित प्रदेश अथवा क्षेत्र के सात देशो ने मिलकर 1985 मे 'सार्क' का गठन किया है। ये देश है– भारत, पाकिस्तान, बागला देश, श्रीलका, नेपाल, भूटान एव मालदीव। इनमे 'श्रीलका एव मालदीव' दोनो ही 'द्वीप' है और चारो और समुद्र से घिरे है, शेष देश "स्वतन्त्र राष्ट्र" हैं। इनमे जनसख्या, भूमि, क्षेत्रफल वस्तुओ एव सवाओ का सकल घरेलू उत्पादन, इनकी उत्पादकता सामाजिक उपरि–पूँजी (सोशल ओवर हैण्ड कैपिटल), प्राकृतिक सम्पदा, आदि दृष्टियो से भारत का सभी 'सार्क' देशो मे वर्चस्व है। भारत की भौगोलिक परिस्थितियो मालदीव को छोडकर शेष सभी 'सार्क' देशो से पडोसी होने का गौरव प्रदान कराती है। इससे भारत का अन्य 'सार्क' देशो से आर्थिक सम्बन्ध सुदृढ होने मे मदद मिलती है।

भारत का दक्षिणी एशियाई क्षेत्र मे वर्चस्व, इस देश की अनूठी भौगोलिक, प्राकृतिक एव आर्थिक स्थिति के कारण ही इग्लैण्ड, यूरोप आदि देश इस पर अपना आधिपत्य बनाये रखना चाहते थे किन्तु 15 अगस्त 1947 को भारत को राजनीतिक स्वतत्रता मिल जाने तथा 1 अप्रैल 1951 से आर्थिक नियोजन के आरभ से भारत को झुकाव अपने पडोसी सार्क देशो से राजनीतिक, व्यापारिक एव आर्थिक सबधो मे मे अनुकूलता प्राप्त हुई है।

1. भारत–नेपाल व्यापार

भारत–नेपाल व्यापार प्रवृत्ति हमे तालिका 6 7 को देखने से स्पष्ट होती है। तालिका के अनुसार–

(1) 'सार्क' पूर्व अवधि मे नेपाल का निर्यात–व्यापार भारत के लिए अधिक है। यह व्यापार 27 9% (1979) तथा 76.4% (1975) के मध्य रहा है।

(2) 'सार्क' पश्चात अवधि मे भारत के लिए नेपाल के निर्यात–व्यापार मे तेजी से गिरावट आयी है। यह 37 1% (1985) से घटकर 4% (1994) तक पहुॅच गया है।

(3) सार्क पश्चात अवधि में भारत के लिए नेपाल के निर्यात व्यापार में 1994 के बाद वृद्धि हुई है। इस वर्ष को अपवाद के रूप में माना जा सकता है।

तालिका 67

भारत का द्विपक्षीय व्यापार : सार्क के सदस्य देशों के सन्दर्भ में 1975–1995 तक

(प्रतिशत मे)

वर्ष	बागलादेश		मालदीव		नेपाल		पाकिस्तान		श्रीलका	
	निर्यात	आयात	निर्यात	आयात	निर्यात	आयात	निर्यात	आयात	निर्यात	आयात
1975	16	56	–	267	764	548	21	00	01	40
1976	24	69	–	61	752	606	05	02	01	58
1977	02	59	–	111	347	477	21	07	01	84
1978	06	41	–	88	313	436	17	08	08	108
1979	08	51	–	164	279	471	15	03	11	84
1980	15	41	–	149	33.2	434	29	00	31	50
1981	18	18	–	26	479	370	26	01	55	34
1982	27	16	–	15	585	33.2	21	01	19	37
1983	11	15	–	15	510	328	10	01	29	59
1984	29	33	–	28	528	356	08	0.2	10	63
1985	29	41	–	14	371	278	10	0.2	04	39
1986	09	44	–	26	298	261	04	02	09	37
1987	15	53	–	20	278	157	06	0.2	04	36
1992	05	95	–	4.2	65	153	20	06	06	66
1993	06	107	–	31	5.2	14.2	07	06	06	6.2
1994	1.3	11.4	–	7.2	40	140	06	07	10	67
1995	2.5	14.8	–	34	8.2	14.2	05	06	11	6.5
औसत 1975–95	1.4	6.2	0.0	6.2	306	291	1.2	03	1.2	55

टिप्पणी– भूटान के तुलनीय समक उपलब्ध नहीं हैं।

स्त्रोत– डाइरेक्शन आफ ट्रेड स्टेटिस्टिक्स ईयर बुक 1980 से 1996 के विभिन्न निर्गम।

तालिका 6 8
भारत का 'सार्क' के सदस्य देशो से व्यापार
(1995–96 से 1997–98)

(करोड रूपये मे)

क्र स	सार्क देश	वर्ष	को निर्यात	से आयात	व्यापार शेष
1	बागलादेश	1995–96	3509	287	3222
		1996–97	3085	221	2864
		1997–98	2839	190	2649
2	पाकिस्तान	1995–96	257	151	106
		1996–97	558	128	430
		1997–98	537	140	397
3	नेपाल	1995–96	535	164	371
		1996–97	588	227	361
		1997–98	594	352	242
4	श्रीलका	1995–96	1344	139	1205
		1996–97	1695	107	1535
		1997–98	1772	121	1651
5	भूटान	1995–96	58	116	(–) 58
		1996–97	78	120	(–) 42
		1997–98	53	125	(–) 72
6	मालदीव	1995–96	53	1	52
		1996–97	37	1	36
		1997–98	28	1	27

स्त्रोत– स्टेटिस्टिकल आउटलाइन आफ इण्डिया, 1998–99

इस सन्दर्भ मे भारत की उच्चतम भागीदारी 60 6% है जो 1976 मे प्राप्त था किन्तु निम्नतम भागीदारी 7 6% रहा है। जो 1989 मे प्राप्त था। इसका प्रमुख कारण बीच के कुछ वर्षो मे भारत नेपाल के मैत्री सम्बन्ध का अच्छा न होना है।

5 1990 के पश्चात भारत से नेपाल को होने वाले निर्यात मे बढने की प्रवृत्ति रही है।

6 वस्तुत 'सार्क' पश्चात अवधि मे भारत का नेपाल से निर्यात व्यापार 'सार्क' पूर्व अवधि की तुलना मे कम हुआ है।

7 'सार्क' पश्चात अवधि मे भारत का नेपाल से विदेशी व्यापार मे घटने की प्रवृत्ति का प्रमुख कारण "राजनीतिक अधिक" तथा आर्थिक कम रहा है।

तालिका 6.9
भारत का नेपाल से व्यापार: 2000 से पूर्व

(करोड रूपये में)

वर्ष	नेपाल को निर्यात	नेपाल से आयात	व्यापार शेष
1995–96	535	164	371
1996–97	588	227	361
1997–98	594	352	242

स्त्रोत– स्टेटिस्टिकल आउटलाइन आफ इडिया (1998–99)

भारत–नेपाल व्यापार सम्बन्धो को देखने से हमे यह पता चलता है कि नेपाल के राजनीतिक कारक तत्व ही उसकी अर्थव्यवस्था के विकास के प्रमुख बाधक रहे हैं। इस तरह नेपाली अर्थव्यवस्था के विकास की मुख्य बाधा वहॉ की राजनीतिक प्रणाली है। यद्यपि हाल के वर्षो मे 1995 मे पश्चात भारत का नेपाल को निर्यात तथा नेपाल का भारत से आयात–व्यापार बढा है, यह तालिका 6 9 से सुस्पष्ट है। अत भारत का नेपाल से व्यापार शेष अनुकूल है और 242 एव 371 करोड़ रूपये के मध्य रहा है। यह अवश्य है कि नेपाल के निर्यात–व्यापार मे भी वृद्धि हुई है जिससे भारत के व्यापार शेष मे कमी आयी है।

हाल के वर्षों मे भारत–नेपाल व्यापार मे प्राप्त महत्वपूर्ण विकास का प्रमुख कारण व्यापार एव लेन–देन समझौते का लागू किया जाना है। भारत–नेपाल व्यापार का सम्पादन कान्धला, तथा बाम्बे एव कलकत्ता के बन्दरगाहो से चालू किया गया है। इससे नेपाली यातायात मे भारी कमी आयी है।

आर्थिक विकास एव अभियान्त्रिक शोध इस्टीच्यूट, नेपाल ने भारत–नेपाल व्यापार सुधार के लिए अपने कुछ सुझाव दिये हैं ये सुझाव नेपाल राष्ट्रबैंक अर्थात नेपाल के केन्द्रीय बैक को दिये गये है। इन सुझावो मे कुछ सुझाव अल्प अवधि से सम्बन्धित हैं तो कुछ सुझाव लम्बी अवधि से सम्बन्धित है इन सुझावो मे कुछ प्रमुख इस प्रकार हैं–

1 भारत द्वारा नेपाली वस्तुओ पर जिस दर से कस्टम ड्यूटी लगायी जाय उसी दर से नेपाल द्वारा भारतीय वस्तुओ पर भी लगाया जाय। (अल्पकालिक सुझाव)।

2 नेपाल और भारत मे निर्यात योग्य वस्तुओ के तुलनात्मक लाभ क्षेत्र की पहचान।

3 नेपाल–भारत सयुक्त उद्यमकम्पनियो को प्रोत्साहित करना।

4 नर्स, मानव शक्ति प्रशिक्षण केन्द्र, पर्यटन, हाइड्रो शक्ति, विकास, आदि सेवा क्षेत्र के उद्योगो को प्राथमिकता देना।

भारत–नेपाल सीमा व्यापार

नेपाल और भारत की सीमा सैकडो किलोमीटर मे खुली हुई है जिसके माध्यम से अवैध एवं अनाधिकृत वस्तुओ का व्यापार नेपाल से भारत मे होता आ रहा है। इसे रोकने के लिए भारत एव नेपाल को मुक्त व्यापार सम्बन्ध स्थापित करने की जरूरत है। इससे लगभग 5000 रूपये मूल्य की वस्तुओं को जो एक समय में नेपाल से भारत मे लाया जा सकता है, को रोकने में मदद मिलेगी।

भारत–नेपाल व्यापार : भविष्य की सम्भावनाएँ

भविष्य की व्यापार सम्भावनाओं पर आर्थिक विकास एवं अभियान्त्रिकी शोध सस्थान नेपाल ने सुझाव दिया है कि नेपाल की अर्थव्यवस्था मे निर्यात प्रोत्साहन के लिए विशिष्टीकरण और औद्योगिकरण को प्रोत्साहित करना होगा। इस अध्ययन द्वारा जिन उद्योगो के प्रोत्साहन का

सुझाव दिया गया है उनमे प्रमुख है– उर्वरक, आयरन स्मेटिग, शेयर स्टोन, सिरामिक, फ्रूट प्रेजर्वेशन एव केनिग, साफ्ट ड्रिक पेण्ट एव शर्विस, ग्लास, ऊलन, लकडी, कागज, हाइड्रो इलेक्ट्रिक पावर, सीमेण्ट, माइका, प्लायीउड एव कार्डबोर्ड, घी, औषधिया एव होटल उद्योग आदि।

प्रस्तुत अध्याय मे हार्टीकल्चर एव फ्लोरीकल्चर को भी विकसित करने का सुझाव दिया गया है किन्तु इन सुझावो के सन्दर्भ मे रख–रखाव यातायात, विपणन एव सुविधाओ के विकास की भी आवश्यकता है।

भारत–नेपाल व्यापार के मध्य व्यापार की प्रचुर सम्भावनाए हैं। यदि दोनो देशो के मध्य आर्थिक अवरोधो को दूर करने के साथ ही राजनीतिक सम्बन्ध सौहार्दपूर्ण हो जाय।

2. भारत–बांगलादेश व्यापार

भारत बागला देश व्यापार सम्बन्धो पर मुख्य प्रभाव दोनो देशो के मध्य किये गये व्यापार समझौतो का है। इसके अतिरिक्त दोनो देशो के मध्य व्यापार विस्तार मे समय–समय पर की गयी व्यापारिक वार्ताओ की भूमिका है। व्यापार विस्तार मे मन्त्री, स्तर पर गठित सयुक्त आर्थिक आयोग की चार समितिया भी कार्य करती हैं। इन समितियो द्वारा निम्न विषयो पर कार्य सम्पादन किया जाता है– आर्थिक विषयो पर, व्यापार एव यातायात सम्बन्धी, विज्ञान एव तकनीकी तथा कृषि समबन्धी।

बागलादेश भारत का एक पडोसी देश है, जिसे व्यापार मे प्राकृतिक लाभ प्राप्त है। यद्यपि इस प्राकृतिक लाभ को भारत एव बागलादेश पूरी तरह से नही उठा पाते हैं। इन देशो के मध्य द्विपक्षीय व्यापार मे वृद्धि की सम्भावनाए विद्यमान हैं। भारत का बागलादेश को किया जाने वाला निर्यात व्यापार सार्क पूर्व (1982–83) मे रूपये 324 7 मिलियन था जो सार्क पश्चात (1993–94) मे बढकर रूपये 13496 मिलियन हो चुका है। इसी तरह भारत का बागलादेश से आयात भी बढा है। जो आयात 1982–83 मे रूपये 38 9 मिलियन के बराबर था वह 1993–94 में बढकर रूपये 12936 मिलियन के बराबर हो गया है। अत व्यापार मे दोनों देशो को लाभ पहुँचा है।

भारत–बागलादेश का व्यापार अतिरेक तेजी से बढा है अर्थात 1982–83 मे बागलादेश

तालिका 6.10
भारत का बांगलादेश से विदेशी व्यापार

(करोड रूपये में)

वर्ष	बागलादेश को निर्यात	बागलादेश से आयात	भारत का व्यापार शेष
1982–83	32 47	3 89	28 58
1983–84	57 40	29 74	27 85
1984–85	106 50	45 51	60 99
1985–86	128 75	25 86	112 88
1986–87	162 01	23 08	138 93
1987–88	186 81	14 79	172 02
1988–89	261 94	14 53	247 41
1989–90	458,03	19 60	438 43
1990–91	547 38	31 42	515 96
1991–92	798 49	14 96	784 43
1992–93	1038 88	35 99	994 67
1993–94	134969	56 09	1293 60
1995–96	3509 00	287 0	3222 00
1996–97	3085 00	221 0	2864 00
1997–98	2839 00	190 0	2649 00

भारत को व्यापार मे रूपये 285 7मिलियन का लाभ हुआ था जो 1993–94 बढकर रूपये 12936 मिलियन हो चुका है। जो तालिका 6 7 से सुस्पष्ट है । इस तरह भारत का बागलादेश से निर्यात –आयात व्यपार 1982–83 मे 12% बढा है। भारत–बागलादेश निर्यात–आयात व्यापार मे वृद्धि का यह प्रतिशत 1984–85 मे सर्वाधिक 42 7% रहा है। जो 1985–86 मे घटकर 20 1% तथा 1986–87 मे घटकर 14 2% हो गया है। भारत का 1991–92 का वर्ष भारत–बागलादेश व्यापार की दृष्टि से कमजोर वर्ष कहा जायेगा क्योकि इस वर्ष भारत–बागलादेश निर्यात व्यापार तथा भारत बागला देश आयात व्यापार का अनुपात प्रतिशत मात्र 1 9 रहा है जो अब तक प्राप्त व्यापार प्रवृतियो मे सबसे कम है। किन्तु 1992 के पश्चात भारत– बागला देश की व्यापार प्रवृति मे सुधार के लक्षण दिखयी पडते हैं जिससे निर्यात– आयात अनुपात का प्रतिशत 1 9 से बढकर 3 5 तथा 4 2 प्रतिशत हो गया है। इसका प्रमुख कारण बागलादेश से वार्षिक 1 5 लाख टन उर्वरक का आयात किया जाना है। भारत की इस पहल का बागलादेश पर अच्छा प्रभाव पडा है।

भारत–बागला देश, विदेशी व्यापार मे भारत को सदैव लाभ की दशा प्राप्त है द्विपक्षीय व्यापार के दृष्टि से भारत– बागलादेश विदेशी व्यापार भारत के अनकल है। भारत का व्यापार अतिरेक 1982–83 मे 28 58 करोड से बढकर रूपये 60 99 करोड आरम्भ के तीन बर्षो मे हुए है जो तालिका 6 10 से सुस्पष्ट है। किन्तु 1985 के पश्चात आयात 'सार्क' की स्थापना केपश्चात भारत का व्यापार अतिरेक तेजी से बढा है, 1985–86 मे रूपये 112 88 करोड हो गया, तेजी से बढकर 1993–94 में रूपये 1293 60 करोड को चुका है।इस तरह, सार्क पश्चात अवधि मे भारत के व्यापार सन्तुलन में लगभग 26 गुना वृद्वि अकेले बागलादेश के विदेशी व्यापार से हुई है।

भारत का बांगलादेश से विदेशी व्यापार–प्रवृत्ति

भारत की विदेशी व्यापार प्रवृत्तियॉ नेपाल को छोडकर अन्य सार्क देशो से न्यून–मात्रा मे है। भारत का बागलादेश से व्यापार प्रवृति इसका अपवाद नहीं है। तालिका 6 7 के अनुसार 1975 में भारत का निर्यात (अथवा बागलादेश का आयात) 1 6% तथा भारत का आयात (अथवा बागलादेश का निर्यात) 5 6% था। यह 1995 मे बढकी क्रमश 2 5% एव 14 8% हो गया है। यदि हम 1975–95 की अवधि का बागलादेश के औसत निर्यात एव आयात की चर्चा करे तो हमें पता चलता है कि–

1 बागला देश का निर्यात औसत 14% है जबकि नेपाल का निर्यात औसत 306% है।

2 बागला देश का आयात औसत 62% है जबकि नेपाल का आयात औसत 291% है।

उपर्युक्त निष्कर्ष भारत–बागलोश निर्यात और अथवा आयात व्यापार से सम्बन्धित है। इससे यह पता चलता है कि 1975–95 की अवधि मे भारत बागलादेश व्यापार प्रवृत्ति काफी कम रही है।

भारत–बांगलादेश व्यापार की संरचना

भारत का बागलादेश से निर्यात व्यापार, मुख्यरूप से निर्मित वस्तुओ, काटन यार्न एव फैब्रिक्स पर आधारित है। 1992–93 मे इनका भारत के कुल निर्यातो मे 47% योगदान था, जिससे बागला देश के रेडीमेड वस्त्रो के निर्यात व्यापार मे बहुत अधिक सहयोग प्राप्त हुआ है। इस तरह न केवल विदेश व्यापार से भारत को लाभ प्राप्त हुआ है बल्कि बागलादेश की आन्तरिक अर्थव्यवस्था को सुधारने मे भी मदद मिली है। दूसरे शब्दो विदेशी व्यापार से बागला देश को भी लाभ प्राप्त हुआ है। भारत के निर्यात व्यापार मे 20% का योगदान अभियान्त्रिक वस्तुओ का रहा है। इससे बागला देश की धरेलू अर्थव्यस्था मे औधोगिक विकास हआ है। साराश यह है कि भारत– बागला देश निर्यात व्यापार मे निर्मित वस्तुओ काटन यार्न एव फैब्रिक्स की 47% भूमिका रही है तो अभियान्त्रिक वस्तुओ की 20% भूमिका रही है।

भारत– बागलादेश के मध्य सयुक्त आर्थिक आयोग बागलादेश के हाल की मिटिंग मे निर्यात वस्तुओ की एक सूची प्रस्तुत की गयी है। इस सूची मे 21 निर्यात योग्य वस्तुओ का उल्लेख है, जो भारत मे निर्यात हेतु हर तरह से व्यापारिक बन्धनो से मुक्त होगी। सूची मे प्रमुख वस्तुओ का उल्लेख इस प्रकार है–

चाय, जूट, जूट की निर्मित वस्तुए, कारपेट (कालीन), सिले सिलाये वस्त्र, इलेक्ट्रानिक वस्तुए, वीडियो कैसेट, विद्युत सामग्री, चमडे की वस्तुए सिरेमिक टेबुल वेयर, केबुल, कम्प्यूटर साफ्ट वेयर, इन्सूलेटर, सूखी मछली, मुद्रित कागज पुस्तके, एव मैंगजीन आदि। बागलादेश द्वारा निर्यात व्यापार मे दी गयी छूटो के फलस्वरूप यह आशा की गयी है कि भारत भी अपने निर्यात व्यापार में प्रशुल्क सुविधाओं को देकर विदेशी व्यापार को प्रोत्साहित करेगा। इससे बाग्लादेश के विदेशी व्यापार को प्रोत्साहन प्राप्त होगा। इसके अतिरिक्त भारत–बागलादेश के मध्य द्विपक्षीय व्यापार में वृद्धि होगी। इसका मुख्यकारण यह है कि भारत, बागलादेश व्यापार से बागलादेश की

घरेलू अर्थ व्यवस्था मे निर्यात योग्य बचते प्राप्त होगी जो कालान्तर मे बागलादेश द्वारा भारत को निर्यात की जायेगी।

भारत–बागलादेश सीमा व्यापार

भारत बागलादेश के सीमावर्ती क्षेत्रो से होने वाले अवैध व्यापार का प्रभाव वैध व्यापार के मार्ग की प्रमुख बाधा है, जिससे दोनो देशो के मध्य द्विपक्षीय व्यापार सम्बन्धो मे कटुता आती है। दोनो देशो की राजनीतिक पार्टियो के सम्बन्ध मधुर न होने से व्यापारिक एव आर्थिक सहयोग का वातावरण भी दूषित होता है। इससे प्राय छोटे देश राजनीतिक लाभ उठाने की चेष्टा करते हैं।

3. भारत–श्रीलंका व्यापार

भारत–श्रीलका द्विपक्षीय व्यापार की व्याख्या करने पर यह स्पष्ट होता है कि श्रीलका का व्यापार शेष, भारत के साथ व्यापार करने मे सदैव प्रतिकूल रहा है, जबकि भारत का श्रीलका से व्यापार शेष सदैव अनुकूल रहा है। श्रीलका का यह घाटा 90 के दशक मे उच्च स्तर का रहा है। व्यापार घाटे मे जो गिरावट 1987 मे रूपये 2272 8 मिलियन थी वह घटकर 1989 मे रूपये 1957 1 मिलियन हो गयी। किन्तु 1993 में यह व्यापार घाटा बहुत तेजी से बढकर रूपये 15614 5 मिलियन हो गया, जो तालिका 6 11 से सुस्पष्ट है। परिणाम स्वरूप श्रीलका का भारत से व्यापार घाटे का अनुपात शेष विश्व से प्राप्त व्यापार घाटे की तुलना मे 8 1% (1989) से बढकर 28 2% (1993) हो गया। इस तरह, भारत से श्रीलका का व्यापार 1987–93 मे 687% बढा है जबकि शेष–विश्व से श्रीलका का व्यापार घाटा मात्र 285 5% बढा है। अत शेष विश्व की तुलना मे भारत से श्रीलका का व्यापार घाटा 2 4 गुना अधिक रहा है। दूसरे शब्दो मे श्रीलका से भारत का व्यापार अतिरेक 2 4 गुना अधिक रहा है।

तालिका 6.11

श्रीलका का व्यापार घाटा भारत एव शेष विश्व के सन्दर्भ मे

(श्रीलका की मुद्रा रूपये मिलियन मे)

वर्ष	भारत को निर्यात	भारत से आयात	श्रीलका का व्यापार घाटा		
			भारत से	शेष विश्व से	भारत एव शेष विश्वके % के रूप मे
1987	187 0	2459 8	2272 8	19395 7	11 7
1988	615 1	2893 5	2278 4	24101 7	9 5
1989	355 5	2312 6	1957 1	24050 0	8 1
1990	825 7	4730 7	3905 0	31105 4	12 6
1991	522.2	9105 3	8583 1	44418 0	19 3
1992	503 4	13230 2	12726 8	45699 5	27 8
1993	954 9	16559 4	15614 5	55374 8	28 2

स्त्रोत–सेट्रल बैंक ऑफ श्रीलका वार्षिक रिपोर्ट, (1990–1993)

तालिका 6.12

भारत का श्रीलंका से व्यापार : 1995 के पश्चात

वर्ष	श्रीलका को निर्यात	श्रीलका से आयात	व्यापार शेष
1995–96	1344	139	1205
1996–97	1695	160	1535
1997–98	1772	121	1651

स्त्रोत–स्टेस्टिकल आउटलाइन आफ इण्डिया 1998–99

श्रीलंका, भारत के साथ विदेशी व्यापार हेतु सदैव इच्छुक रहा है। इसकी पुष्टि सार्क देशो के अधिकारियों के 13 नवम्बर 2000 को कोलम्बो मे सम्पन्न हुए तीन दिवसीय सम्मेलन मे श्रीलका के विदेश मन्त्री 'लक्ष्मण कादिर कमर' के वक्तव्य द्वारा होती है। इस सम्मेलन मे श्री कादिर ने 'सार्क' सदस्यों से आपसी मतभेद भुलाकर सगठन को साथ मिलकर चलाने का आह्वान किया है। इस सम्मेलन में विदेश मन्त्रालय के निदेशक 'शमाजैन तथा सयुक्त सचिव मीरा शकर'ने भारत का प्रतिनिधित्व किया है।[6]

भारत का श्रीलका से व्यापार लाभप्रद रहा है तथा श्रीलका से व्यापार–सम्बन्ध बनाने का इच्छुक रहा है। इसके अनेक कारण गिनाये जा सकते है– 1 भारत एशिया 'प्रदेश' का विविधतापूर्ण तथा सबसे बडा देश है, 2 श्रीलका भारत का सीमावर्ती देश है, 3 शान्ति एव सुरक्षा की दृष्टि से भारत के वर्चस्व से इन्कार नही किया जा सकता, 4 विदेशी व्यापार के सन्दर्भ मे वस्तुओ एव सेवाओ की आपूर्ति मे भी भारत का वर्चस्व रहा है, तथा 5 श्रीलका को अपनी घरेलू अर्थव्यवस्था जरूरतो की वस्तुओं एव सेवाओं की उपलब्धता भारत से "कम से कम लागत" में हो जाती है।

श्रीलका ने भारत से द्विपक्षीय व्यापार–वृद्धि हेतु प्रशुल्क नीति को सरल बनाने का आग्रह किया है और भारत ने इसका पालन करते हुए श्रीलका से आयात–व्यापार को बढा दिया है। भारत ने प्रारम्भ मे 18 वस्तुओ को इस आयात–व्यापार मे सम्मिलित किया है। श्रीलका से भारत ने आयात–व्यापार मे जिन वस्तुओ को सम्मिलित किया है,। उनमे प्रमुख है–काला चना, लौग, चाकलेट, ग्रेफाइट्स, रबर और उससे निर्मित सर्जरी की वस्तुए, कृत्रिम चमडे के उत्पाद आदि। प्रशुल्क नीति मे दी गयी रियायतो से भारत श्रीलका अवैध–व्यापार मे कमी लाने की दृष्टि से भी महत्त्वपूर्ण है। भारत–श्रीलका व्यापार की दृष्टि से पचमुखी एव अन्य सहयोगियो द्वारा किये गये एक अध्ययन (1993) से निम्न सुझाव दिये जा सकते हैं–

1 भारत का श्रीलका से व्यापार बढाने के लिए सास्थानिक उपायो को बढाना होगा। व्यापार विस्तार के लिए व्यापार–अधिमान को वरीयता देना होगा।

2 भारत द्वारा श्रीलका को दिया गया साख–सहयोग को पूरी क्षमता से उपयोग करना होगा। इसके लिए श्रीलका के सरकार को कुछ उपयोगी उपाय करने होगे, जैसे–श्रीलका के आयातको द्वारा बिना विलम्ब के भुगतान–प्रक्रिया को अपनाना, भारत द्वारा निर्यात रूकावटो को दूर करना आदि।

3 भारत–श्रीलका सयुक्त–व्यापार सहयोग को बढावा देना जिससे चाय, रबर एव रबर उत्पादों, मसालो आदि के व्यापार मे सयुक्त प्रयासो से वृद्धि हो सके।

भारत का श्रीलंका से विदेशी व्यापार प्रवृत्ति

मालदीव की ही भाँति श्रीलका भी एक द्वीप है किन्तु यह देश मालदीव से काफी बडा है। भारत की श्रीलका को निर्यात–व्यापार 1978–87 की अवधि मे 3 6–10 8% रहा है। 1978 के

अपवाद के वर्ष को छोडकर भारत का, श्रीलका को, निर्यात बढा है किन्तु भारत का श्रीलका से आयात–व्यापार कम रहा है। 1975–95 की अवधि मे श्रीलका का आयात औसत 5 5% रहा है, जो नेपाल, बागलादेश, एव मालदीव से कम है किन्तु पाकिस्तान के समान है। दूसरे शब्दो मे भारत को निर्यात व्यापार श्रीलका के साथ भी कम ही रहा है। इसी तरह भारत का आयात–व्यापार भी श्रीलका से काफी कम है।

भारत–श्रीलका अवैध व्यापार

भारत के पडोसी अन्य देशो की भॉति भारत श्रीलका के मध्य वैध व्यापार के अतिरिक्त अवैध व्यापार की मात्रा कम नही है। इस अवैध व्यापार से वस्तुओ और सेवाओ का व्यापार तथा पूँजी अन्तरण बडी मात्रा मे प्रभावित होता है। श्रवननाथन् (1994) के एक अध्ययन के अनुसार 'भारत श्रीलका के मध्य अवैध व्यापार से उत्पन्न समस्याओ को निम्नानुसार हल किया जा सकता हैं–

1 भारत–श्रीलका के मध्य निर्यात–आयात व्यापार के सन्दर्भ मे वैध व्यापार की मात्रा कम है जबकि अवैध व्यापार की मात्रा अधिक है। उदाहरण के लिए 1991 मे वैध व्यापार रूपये 9627 0 मिलियन के बराबर था जबकि अवैध व्यापार रूपये 1091165 मिलियन के बराबर था।

2 श्रीलका का भारत से वैध व्यापार घाटा, अवैध व्यापार की तुलना मे अधिक रहा है। उदाहरण के लिए 1991 मे वैध व्यापार का घाटा रूपये 8583 59 मिलियन था जबकि अवैध व्यापार घाटा रूपये 900 65 मिलियन के बराबर था।

3 भारत से श्रीलका को तथा श्रीलका से भारत को वैध पूजी अन्तरण की तुलना मे अवैध पूजी अन्तरण की मात्रा अधिक रही है।

4 श्रीलका का भारत से अवैध व्यापार बहुत अधिक रहा है। जबकि भारत का श्रीलका से अवैध व्यापार की मात्रा कम रही है।

श्रवननाथन (1994) के अध्ययन का उपर्युक्त साराश भारत–श्रीलका के मध्य "स्वतन्त्र व्यापार नीति" (फ्री ट्रेड पालिसी) का सुझाव देता है। दोनो देशो के मध्य स्वतन्त्र व्यापारनीति से प्रचुर लाभ होगा। इससे अवैध व्यापार को रोका जा सकेगा तथा वैध व्यापार को बढावा मिलेगा।

अवैध व्यापार को रोकने के लिए यदि स्वतन्त्र व्यापार नीति सम्भव न हो तो 'लचीली अथवा सार्क व्यापार नीति' को अपनाना उचित होगा। इससे भी भारत श्रीलका के मध्य अवैध व्यापार नियन्त्रण मे मदद मिलेगी।

4. भारत–पाकिस्तान व्यापार

पाकिस्तान, भारत का न केवल एक पडोसी देश है बल्कि, 'सहोदर' भी है। अत इसे भारत का अभिन्न देश माना जा सकता है।

स्वतन्त्र भारत का जन्म 15 अगस्त 1947 को हुआ था जबकि पाकिस्तान का जन्म 14 अगस्त 1947 को हुआ था। पाकिस्तान भारत का अभिन्न अग था किन्तु अलग होते ही दुश्मन बन गया।[7]

भारत और पाकिस्तान दानो ही 'सार्क' के सक्रिय सदस्य देश हैं। किन्तु आपसी मदभेद द्विपक्षीय व्यापार हेतु सदैव बाधक रहा है। भारत–पाकिस्तान व्यापार मे तीव्र उतार–चढाव की स्थिति देखने को मिलती है। भारत का पाकिस्तान से 1983–84 तथा 1988–89 के मध्य व्यापार घाटे मे रहा है। यद्यपि व्यापार मे घाटे की यह मात्रा कभी कम कभी अधिक रही है। 1989–90 तथा 1990–91 के दौरान पाकिस्तान का भारत को निर्यात कम रहा है और भारत से आयात अधिक रहा है। दूसरे शब्दों मे 1989–90 एव 1990–91 की अवधि मे भारत का निर्यात पाकिस्तान को अधिक रहा है तथा आयात कम रहा है। इस प्रवृति मे उलटफेर आगामी 1991–92 एव 1992–93 की अवधियो मे हुई है जब पाकिस्तान का भारत से व्यापार, लाभ का रहा है। 1993–94 मे पाकिस्तान ने रूपये 2126 मिलियन के बराबर मूल्य की वस्तुओ का भारत से आयात किया था जबकि इसी अवधि मे पाकिस्तान का भारत से व्यापार शेष रूपये 838 मिलियन के बराबर घाटे में रहा है, यह तालिका 6 13 एव 6 14 से सुस्पष्ट है। पूर्व (1975–85) की अवधि मे पाकिस्तान के निर्यात व्यापार मे भारत की भागीदारी अधिक थी किन्तु सार्क पश्चात (1985–95) की अवधि में इस भागीदारी में कमी आयी है। 'सार्क' पश्चात अवधि मे केवल 1992 का वर्ष अपवाद स्वरूप है जिसमें पाकिस्तान का निर्यात 2% रहा है। सक्षेप मे यह कहा जा सकता है कि भारत का पाकिस्तान को निर्यात न के बराबर रहा है जबकि पाकिस्तान से भारत ने आयात व्यापार किये हैं।

भारत पाकिस्तान द्विपक्षीय व्यापार मे प्राप्त उच्चावचन के अनेक कारण उत्तरदायी है–

1 भारत–पाकिस्तान व्यापार की पृष्ठभूमि आपसी मन–मुटाव एव कटुता पर आधारित है।

2 दोनो देशो के मध्य कड़ुवाहट लम्बी अवधि से सबधित है।

3 भारत, पाकिस्तान से व्यापारिक एव आर्थिक सम्बन्ध बनाये रखना चाहता है किन्तु पाकिस्तान भारत से राजनीतिक कटुता के कारण व्यापारिक एव आर्थिक सम्बन्ध नही बनाये रखना चाहता।

10 अप्रैल 1999 को नयी दिल्ली मे भारत एव पाकिस्तान के उद्योगपतियो ने आपसी व्यापार बढाने की दिशा मे एक ठोस कदम उठाये है। यह कदम है– "साझे उद्योग चैम्बर" की स्थापना का दोनो देशो के साझे चैम्बर ऑफ कामर्स अथवा साझे उद्योग चैम्बर से यह आशाबधी है। कि भारत और पाकिस्तान के बीच वर्षो से बाधित व्यापार शायद अब नयी गति हासिल कर सके।

तालिका 6.13
भारत और पाकिस्तान का द्विपक्षीय व्यापार

(पाकिस्तानी मुद्रा रूपये मिलियन में)

वर्ष	भारत को पाकिस्तान का निर्यात	भारत के पाकिस्तान का आयात	भारत के साथ पाकिस्तान का व्यापार शेष
1983–84	343	148	195
1984–85	498	261	237
1985–86	465	197	268
1986–87	324	166	158
1987–88	483	341	142
1988–89	940	614	326
1989–90	757	816	(–) 59
1990–91	933	1026	(–) 93
1991–92	2814	1213	1601
1992–93	2175	1748	427
1993–94	1288	2126	(–) 838

स्त्रोत–गवेर्मेंट आफ पाकिस्तान (1994)

तालिका 6 14
भारत का पाकिस्तान से व्यापार 2000 से पूर्व

(करोड रूपये में)

वर्ष	पाकिस्तान को निर्यात	पाकिस्तान से आयात	व्यापार शेष
1995–96	257	151	106
1996–97	558	128	430
1997–98	537	140	397

स्त्रोत–स्टेटिस्टिकल आउटलाइन आफ इण्डिया 1998–99

5. भारत–मालदीव–व्यापार

'सार्क' क्षेत्र मे 'मालदीव' एक छोटा सा देश है जिसकी आय का प्रमुख स्त्रोत हैं– मछली निर्यात एव पर्यटन उद्योग। इन दृष्टियो से भारत को मालदीव का, निर्यात 'शून्य' रहा है किन्तु भारत से मालदीव को निर्यात (अर्थात भारत से मालवीय का आयात) काफी मात्रा मे हुआ है। यद्यपि यह प्रवृत्ति 'सार्क' पूर्व अवधि मे सार्क पश्चात अवधि की तुलना मे कम रही है। बागलादेश एव मालदीव की आयात प्रवृत्तियो का औसत 1975–95 की अवधि मे समान रहा है।

तालिका 6.15
भारत से मालदीव का व्यापार : 2000 से पूर्व

(करोड रूपये में)

वर्ष	मालदीव को निर्यात	मालदीव से आयात	व्यापार शेष
1995–96	53	1	52
1996–97	37	1	36
1997–98	28	1	27

स्त्रोत–स्टेटिस्टिकल आउटलाइन आफ इण्डिया 1998–99

1995 के बाद की अवधियो के लिए पर्याप्त ऑकडो के आधार पर तालिका 6 15 को प्रस्तुत किया गया है जिससे स्पष्ट है कि भारत द्वारा मालदीव को निर्यात 1995–96 में 53 करोड रूपये के मूल्य का था जो 1997–98 मे घटकर 28 करोड रूपये हो गया। भारत का मालदीव से आयात 'अत्यल्प' तथा रू0 एक करोड के बराबर रहा है। निष्कर्ष के रूप मे यह भी कहा जा सकता है कि भारत–मालदीव–व्यापार–सम्बन्ध नेपाल, बॉगलादेश एव श्रीलका जैसे देशो की

तुलना मे बेहतर नही है। इसका प्रमुख कारण मालदीव का एक छोटा सा राष्ट्र होना है।

6 'भारत–भूटान' व्यापार

सार्क क्षेत्र मे भूटान एक छोटा सा देश है। 1995 तक भूटान के तुलनीय ऑकडे उपलब्ध न होने से भारत–भूटान–व्यापार प्रवृत्ति को बतलाना कठिन है जो तालिका 6 3 से स्पष्ट है। 1995 के बाद की अवधि के उपलब्ध ऑकडे तालिका 6 16 मे द्रष्टव्य हैं जिसको देखने से स्पष्ट है कि–

1 भारत का भूटान को निर्यात 1995 के पश्चात 116 से 125 करोड रूपये के बराबर था। यह मालदीव की तुलना मे बेहतर है।

तालिका 6.16
भारत का भूटान से व्यापारः 2000 से पूर्व

(करोड रूपये मे)

वर्ष	भूटान से आयात	भूटान को निर्यात	व्यापार शेष
1995–96	58	116	(–) 58
1996–97	78	120	(–) 42
1997–98	53	125	(–) 72

2 भारत का भूटान से आयात भी मालदीव की तुलना में बेहतर हैं। 1995 के बाद की अवधियो में यह 53 से 58 करोड रूपये मूल्य के बराबर रहा है।

3. भूटान का व्यापार शेष घाटे मे रहा है, जिससे इस तथ्य पर भी प्रकाश पडता है कि भूटान–भारत से व्यापार न करने की मनोवृत्ति वाला देश है।

सन्दर्भ एवं टिप्पणी

1 "अन्तर्राष्ट्रीय अर्थशास्त्र", ज्ञानेद्रसिह कुशवाहा, मैकमिलन 1979, पृ 348
2 World Development Report 2000-2001
3. F.n. 2, Page 23.
4. F.n. 2, Page 334.
5. F.n. 2 Page 24
6. दैनिक जागरण, वाराणसी, 14 नवम्बर, 2000
7. दैनिक जागरण, वाराणसी, 23 अक्टूबर, 2000

अध्याय—7

भारतीय विपणन एवं व्यापार नीतियॉ

साधारणतया, अधिकॉश व्यावसायिक सस्थान विदेशी विपणन (अथवा व्यापार) की तुलना मे देशी विपणन को श्रेयकर समझती है क्योकि देश के भीतर विपणन करना अधिक सरल तथा कम जोखिम वाला है। उदाहरण के लिए, ऐसा करने मे व्यवसायियो को किसी भिन्न भाषा, भिन्न मुद्रा प्रणाली, भिन्न आर्थिक, राजनैतिक, वैधानिक एव सामाजिक दशाओ का सामना नही करना पडता है। जबकि विदेशो मे कानूनी और राजनैतिक अनिश्चिताएँ एव जटिलताएँ कहीं अधिक हो सकती है। मुद्रा तथा भाषा सम्बन्धी कठिनाइयॉ भी विदेश व्यापार मे समस्या उत्पन्न कर देती है। विदेशी उपभोक्ताओ का व्यवहार, स्वभाव आदि बिल्कुल अनजाना होता है। अब प्रश्न यह उठता है कि इतनी सब समस्याओ, कठिनाइयो तथा अतिरिक्त जोखिम के होते हुए भी व्यापारिक फर्म अन्तर्राष्ट्रीय विपणन (अथवा व्यापार) के लिए क्यो उत्सुक रहती है? इसके कई कारण[1] हो सकते हैं—(i) देश के भीतर विपणन के अवसर समुचित मात्रा मे उपलब्ध न हो अथवा व्यापार को बढाने के अवसर अत्यन्त सीमित अवस्था मे हो देश की आर्थिक प्रगति बहुत धीमी हो, सरकार का रूख व्यापारियो के प्रति अनुकूल न हो, करो की दर बहुत ऊँची हो, तो भी आन्तरिक विपणन की प्रगति मे बाधा पड सकती है, (ii) दूसरे इन सब परिस्थितियो के विपरीत विदेशो मे विपणन के अवसर विशेष आकर्षक हो तथा अपेक्षाकृत अधिक लाभदायक एव सुलभ हो, (iii) तीसरे, मन्दी के दुष्परिणामो को समाप्त करने के लिए, उत्पादन बढाकर कीमतो मे कमी लाने के लिए, तथा अपनी विस्तारवादी नीति के रूप मे फर्म विदेशी विपणन विदेश व्यापार की ओर निहार सकती है, तथा (iv) अन्त मे कभी—कभी सरकार द्वारा भी व्यवसायियो को विदेशी व्यापार के लिए प्रोत्साहित किया जाता है। अत. सरकार द्वारा दी जाने वाली इन निर्यात प्रेरणाओ का लाभ उठाने के लिये भी व्यवसायी अन्तर्राष्ट्रीय विपणन (अथवा व्यापार) को अपनाने लगते हैं।

अर्थव्यवस्था के अन्य क्षेत्रो के समान ही विदेशी व्यापार के क्षेत्र मे भी भारतीय अर्थव्यवस्था पर उपनिवेशवाद के दुष्प्रभाव दिखाई पडते हैं। इस काल मे भारत से कच्चे माल का निर्यात और विनिर्मित वस्तुओं का आयात हुआ। व्यापार की शर्ते विनिर्मित वस्तुओ के पक्ष मे तथा

कच्चे माल के विरूद्ध थी। परिणामस्वरूप अर्थव्यवस्था को विदेशी व्यापार मे हानि उठानी पडी। यही कारण था कि स्वतत्रता के बाद अन्तर्मुखी नीतियो*[1] को अपनाया गया और आयात प्रतिस्थापन*[2] की नीति विदेशी व्यापार नीति का आधार बनी। इस काल मे निर्यातो के प्रोत्साहन के लिये गभीर प्रयासो का अभाव दिखाई पडता है। बाद के वर्षो मे कुछ विकासशील देशो की आयात उदारीकरण*[3] की सफलता के बाद भारत मे भी दृष्टिकोण मे परिवर्तन हुआ। अस्सी के दशक मे भारत मे व्यापार उदारीकरण*[4] का विशेष रूप से आरम्भ हुआ और नब्बे के दशक मे (1991 व उसके बाद) उदारीकरण की व्यापक नीति बनी और भारतीय अर्थव्यवस्था को विश्व व्यापार के लिये खोलने के लिये कार्यक्रमो की घोषणा की गई।[2]

प्रस्तुत इस अध्याय–7 को अनुभाग 7 1 भारत के निर्यात–विपणन नीति, अनुभाग 7 2 निर्यात विपणन एव भारतीय फर्मे, 7 3 भुगतान शेष (अथवा भुगतान सन्तुलन) की समस्या, 7 4 भारत की विदेश व्यापार नीति पर हैं। अनुभाग 7 4 मे ही भारत की नवीन आयात–निर्यात नीति, 1997–2002 को प्रस्तुत किया गया है। अन्त मे, इसी अनुभाग मे भारत की व्यापार नीति का एक मूल्याकन भी प्रस्तुत किया गया है।

7.1 निर्यात विपणन नीति

निर्यात विपणन से आशय

विपणन व्यावसायिक क्रियाओ की एक सम्पूर्ण प्रणाली है जो वर्तमान एव भावी ग्राहको की इच्छाओ को सन्तुष्ट करने वाले उत्पादो एव सेवाओ की योजना बनाने, कीमत निध ारित करने, सवर्द्धन करने व वितरण करने के अभिन्यास से सम्बन्ध रखती है। निर्यात विपणन से आशय एक फर्म या उत्पादक द्वारा की जाने वाली उन क्रियाओ से है, जो दूसरे देश या देशो के उपभोक्ताओ प्रयोक्ताओं की इच्छाओं को सन्तुष्ट करने वाले उत्पादो एव सेवाओ के विक्रय से सम्बन्ध रखती है:

*1. inward-oriented policies
*2. import substitution
*3. import liberalisation
*4. trade liberalisation

निर्यात विपणन के उद्धेश्य

निर्यात विपणन के उद्धेश्यो का वर्गीकरण मुख्य रूप दो भागो मे किया जा सकता है, प्रथम निर्यात विपणन के सामान्य उद्धेश्य एव द्वितीय निर्यात विपणन के विशिष्ट उद्धेश्य। इनका वर्णन इस प्रकार किया जा सकता है

(1) निर्यात विपणन के सामान्य उद्धेश्य–निर्यात विपणन के सामान्य उद्धेश्य भी दो प्रकार से वर्णित किये जा सकते हैं, प्रथम ऐसे उद्धेश्य जिनका सीधा सम्बन्ध लाभार्जन से हो, इसमे अधिकतम लाभ कमाना, प्रति इकाई लाभ मे वृद्धि करना आदि को शामिल किया जाता है। दूसरे प्रकार के उद्धेश्य ऐसे होते हैं, जिनका सीधा सम्बन्ध लाभ कमाने से न होकर अन्य उद्धेश्य प्राप्त करने से होता है। इसमे विदेशी मुद्रा कमाना, बिक्री की मात्रा मे वृद्धि करना, अधिक बाजार भाग को अपने अधिकार मे करना, अधिक निर्यात करके देश के आर्थिक विकास मे योगदान देना, रोजगार के साधनो मे वृद्धि करना, विदेशी बाजारो मे अपने उत्पादो की पहचान बनाना ख्याति एव प्रतिष्ठा मे वृद्धि करना को सम्मिलित किया सकता है।

निर्यात विपणन के द्वारा लाभ कमाने का उद्धेश्य हालॉकि सदैव प्राथमिकता के क्रम मे ऊपर रहेगा, पर यह आवश्यक नही है। अनेक परिस्थितियॉ ऐसी होती हैं, जिनमे लाभार्जन के बजाय अन्य लक्ष्य अधिक महत्त्वपूर्ण होते है। अधिकाश भारतीय फर्मे लाभार्जन के लिए निर्यात नही करती, क्योकि उन्हे माल खपाने की समस्या है ही नही। ये फर्मे विदेशी मुद्रा के अर्जन या आयातो के लिए विदेशी मुद्रा की व्यवस्था करने हेतु निर्यात करती हैं।

(2) निर्यात विपणन के विशिष्ट उद्धेश्य

निर्यात विपणन के उपरोक्त सामान्य उद्धेश्यो के अतिरिक्त अनेक विशिष्ट उद्धेश्यो को भी प्राप्त किया जा सकता है। इनका उद्धेश्य विक्रय एव उत्पादन की अस्थिरता को दूर कर स्थिरता प्रदान करना देश के आर्थिक विकास मे योगदान देना, कम्पनी के प्रयोग मे आने वाली विदेशी मुद्रा को कमाना, पूर्ण उत्पादन क्षमता के उपयोग के लिए अवसर जुटाना, रोजगार–विक्रय–लाभ मे स्थिरता लाना आदि अनेक निर्यात विपणन के विशिष्ट उद्धेश्य होते हैं।

उपयुक्त उद्धेश्यों का चयन

प्रत्येक फर्म को अपनी आवश्यकता के अनुरूप इन उद्धेश्यो या लक्ष्यो का चयन करना चाहिए। इनका अनुकूलतम सयोग भी अपनाया जा सकता है। उद्धेश्यो को प्राथमिकता के

क्रम मे भी रखा जा सकता है। लेकिन उद्धेश्यो का चयन करते समय इस बात को ध्यान मे रखना चाहिए, कि ये उद्धेश्य राष्ट्रीय उद्धेश्यो के समपार्श्विक हो, उसके विरोधी या उसकी अवमानना करने वाले नही। भावनात्मक दृष्टिकोण की छोडकर यथार्थवादी दृष्टिकोण से इन उद्धेश्यो या लक्ष्यो का चयन किया जाना चाहिये। फर्म के लिए उद्धेश्यो की व्यापक उपादेयता तभी होगी, जब ये फर्म की विपणन व्यूह–रचना के लिए उपयोगी व सार्थक हो।

निर्यात विपणन की प्रकृति

विपणन प्रबन्धक निर्यात नीति का निर्माण करते समय उन सभी बाजार शक्तियो के प्रभाव पर भी उचित रूप से ध्यान देता है, जो विपणन कार्यक्रम पर अपना प्रभाव डालती हैं। इसमे व्यापारियो के व्यवहार, उपभोक्ताओ के व्यवहार, प्रतियोगियो के व्यवहार, सरकारी सस्थाओ के व्यवहार आदि को शामिल किया जाता है, का भी उचित रूप से आकलन करता है। देशी बाजारो की तुलना मे विदेशी बाजारो के सन्दर्भ मे इनका मूल्यॉकन करना कठिन कार्य है।

आन्तरिक व्यापार की तुलना मे विदेशी व्यापार उतना सरल नही होता। भारत मे अधिकॉश उत्पादो मे आन्तरिक प्रतियोगिता बहुत कम है, अत व्यावसायिक फर्मो को यहॉ विक्रय करने मे अधिक सुविधा होती है। यहॉ जोखिम भी–कम होती है, व विपणन के असीमित अवसर भी उपलब्ध रहते हैं। विदेशी बाजारो मे अधिक वैधानिक जटिलता, राजनैतिक अनिश्चितताऍ आदि अधिक होती है। इसके अलावा जटिलता की मात्रा भी अपक्षाकृत अधिक होती है।

उपभोक्ताओ की रूचियो व आदतो, क्रय व्यवहारो, प्रवृत्तियो मे होने वाले परिवर्तनो की शीघ्र जानकारी विदेशी बाजारो के सन्दर्भ मे नहीं हो पाती। इस प्रकार यह कहा जा सकता है, कि निर्यात विपणन की प्रकृति गतिशील, जटिल व अनिश्चिततापूर्ण होती है।

भारत में निर्यात विपणन नीति

भारतीय अर्थव्यवस्था के सन्दर्भ मे निर्यात विपणन का अपना विशेष महत्त्व है। हमारा व्यापार सन्तुलन आयातो की अधिकता से सामान्यतया प्रतिकूल रहता है। निर्यातो से जो हम बहुमूल्य विदेशी मुद्रा का अर्जन करते हैं, उसका बडा भाग तेल के आयात मे हमे व्यय करना पडता है, इसके बाद बहुत कम विदेशी मुद्रा अन्य कार्यो के लिए शेष रह पाती है।

जब तक तेल का कोई शक्तिशाली विकल्प उभर कर सामने नहीं आता, तब तक हमे अपने अर्जित विदेशी मुद्रा के संसाधनों को इसमें व्यय करना ही होगा, इसका तब तक कोई

विकल्प नही है। लेकिन विदेशी बाजारो मे अपने उत्पादो का बाजार बनाकर इस अमूल्य विदेशी मुद्रा को कमाया जा सकता है। निर्यात विपणन की सम्भावनाओ का पता लगाकर, उनकी पूर्ति व विदोहन के लिए उचित कार्यक्रम बनाकर, व्यावसायिक फर्मे न केवल अपनी विद्यमान उत्पाद–पक्तियो का विस्तार व विविधीकरण कर सकती है, वरन् अपने लाभ अर्जन करने के अवसरो को भी बढा सकती है।

हमारे देश के पास विपुल प्राकृतिक साधनो के असीम भण्डार है, एव अपार मानवीय क्षमता विद्यमान है, प्रबन्धकीय चातुर्य है, फिर भी अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार मे हमारा भाग बहुत कम है। जापान जैसा छोटा सा देश जिसके पास न तो खनिज एव प्रकृति सम्पदा है, न ही अपार मानवीय शक्ति है, फिर भी कई उत्पादो मे जापान ने अन्तर्राष्ट्रीय ख्याति प्राप्त की है। विश्व का सर्वाधिक कारे बनाने वाला देश अमेरीका आज जापान से कारो का आयात करता है।

आखिर इस सब का श्रेय किसे है ? यह श्रेय है तो जापान के निर्यात विपणन को, जिसने उचित निर्यात नीति की स्थापना करके उसे प्रभावी रूप से क्रियान्वित किया है।

निर्यात नीति का विकास

निर्यात नीति से यहॉ हमारा आशय केन्द्रीय सरकार द्वारा समय–समय पर घोषित की जाने वाली निर्यात नीतियो से नहीं है। यहॉ निर्यात नीति से आशय किसी व्यावसायिक फर्म द्वारा अपनायी जाने वाली निर्यात नीति से है। यह गौरव की बात है, कि व्यावसायिक फर्म सरकारी है, या निजी। प्रत्येक फर्म जो विदेशी बाजारो के समुचित विदोहन के लिए प्रयास करना चाहती हो, उसे उपयुक्त निर्यात नीति का विकास करना आवश्यक है। प्रत्येक फर्म के लिए एक सामान्य रूप से लागू होने वाली निर्यात नीति को नही अपनाया जा सकता। यह इस बात पर निर्भर करेगी, कि फर्म के समक्ष उपलब्ध चुनौतियॉ क्या हैं, व उसका मुकाबला एव सामना वह फर्म किस प्रकार कर सकती है।

कोई भी सरकारी या गैर सरकारी व्यावसायिक उपक्रम जो विदेशी बाजारो के विदोहन हेतु निर्यात का एक निश्चित विपणन कार्यक्रम बनाती है, एव उसके प्रभावी रूप से क्रियान्वयन, विपणन कार्यक्रम के अनुरूप उचित दिशा प्रदान करने तथा समस्त विपणन प्रयासो को समन्वित करने; प्रयत्नों मे सामञ्जस्य निर्माण करने के लिए फर्म का शीर्ष विपणन अधिकारी या निर्यात प्रबन्धक जो आधार नीति तैयार करते हैं, उसे ही निर्यात नीति के रूप मे वर्णित किया

जा सकता है। अत स्पष्ट है, कि निर्यात नीति से आशय सरकार द्वारा घोषित निर्यात नीति से नही होकर फर्म द्वारा अपनायी जाने वाली निर्यात नीति से है।

निर्यात नीति का क्षेत्र अत्यन्त ही व्यापक होता है। इसमे निर्यात के क्षेत्र मे प्रवेश का निर्णय लेने से पूर्व विचार करने योग्य बाते, निर्यात पर प्रभाव डालने वाले अनेक प्रकार के आर्थिक व गैर आर्थिक तत्त्वो के प्रभाव का अध्ययन, विपणन कार्यक्रम के आधारभूत उद्धेश्यो का निर्धारण, निर्यात, विपणन कार्यक्रम के उद्धेश्यो को इस आशय के लिए तय राष्ट्रीय उद्धेश्यो के साथ समायोजित करना, निर्यात बाजारो का चुनाव, सामग्री का चुनाव, वस्तु नियोजन सम्बन्धो का निर्णय, वितरण नीतियॉ कीमत एव उधार नीतियॉ आदि सभी इसके क्षेत्र के अन्तर्गत आते हैं। इसके अतिरिक्त विभिन्न प्रकार की समस्याऍ भी, जिनका सम्बन्ध निर्यात विपणन से है, इसके क्षेत्र के अन्तर्गत आती है।

इस प्रकार निर्यात क्षेत्र मे प्रवेश करने से लेकर निर्यात विपणन कार्यक्रम के लिए विभिन्न प्रकार की नीतियो को तय करने, निर्धारित करने तक के सभी कार्य इसमे सम्मिलित है। कुछ प्रमुख कार्य (उपाय) निम्न हैं–

(i) निर्यात के लिए उत्पाद अनुकूलन का उपाय करना।

(ii) निर्यात के लिए वस्तु का पैकेजिग सम्बन्धी कार्यक्रम बनाना।

(iii) विक्रय विज्ञापन एव विक्रय प्रवर्तन सम्बन्धी कार्यक्रम बनाना।

(iv) उत्पाद के लिए परिवहन तथा प्रलेखो की व्यवस्था करना।

(v) साख एव भुगतान की विधि का निर्धारण करना।

(vi) वित्त, विनिमय, सम्बन्धी कार्य।

(vii) विक्रय उपरान्त सेवाओ सम्बन्धी कार्य करना।

भारत में निर्यात औपचारिकतायें में

विदेशी व्यापार के सन्दर्भ मे माल के जहाज पर लदान से पूर्व तथा लदान के पश्चात् कई औपचारिकताओं को पूरा करना पडता हैं। उदाहरण के लिए–

1 निर्यातक अपनी वस्तु के बारे में आयातक को चाही गई सूचनाये देता है। वह आयातक के बारे मे सम्पूर्ण जानकारी प्राप्त करता हैं।

2 एक भारतीय निर्यातक निम्न अधिकारियो तथा सस्थाओ से आयातको के बारे मे जानकारी प्राप्त कर सकता है।

(i) निर्यात सवर्द्धन परिषदे–जिनकी सख्या 16 है तथा जो 16 विभिन्न वस्तुओ/वस्तु समूहो के लिए है।

(ii) चाय, काफी, रबड, इलायची, तम्बाकू, सिल्क के लिए बने वस्तु मण्डल।

(iii) भारतीय वाणिज्यिक सूचना एव समक विभाग।

(iv) विदेशी राष्ट्रो के भारत मे दूतावास।

(v) विदेशी राष्ट्रो मे भारतीय दूतावास।

(vi) राजकीय उपक्रम–जिनकी सख्या 13 हैं। विशेषतया भारतीय राज्य व्यापार निगम।

(vii) व्यापार विकास प्राधिकरण भारतीय निर्यात सगठन सघ भारतीय व्यापार मेला अधिकरण

(viii) वाणिज्य बैंक तथा भारतीय रिजर्व बैंक।

(ix) फेडरेशन ऑफ इण्डियन चेम्बर ऑफ कॉमर्स एण्ड इण्डस्ट्री, विभिन्न राज्यो के वाणिज्यिक चेम्बर तथा व्यापारिक पार्षद।

(x) विदेशी वाणिज्यिक चेम्बर जिसमे अन्तर्राष्ट्रीय वाणिज्यिक चेम्बर भी सम्मिलित हैं।

(xi) विभिन्न सगठनो द्वारा प्रकाशित सामग्री, जर्नल पत्रिकाएँ आदि।

3 आयातक व्यापारी निर्यातक व्यापार से माल के सम्बन्ध मे पूछताछ करता है। इस सम्बन्ध ने निर्यातक द्वारा आयातक को निम्न शर्ते लिखनी चाहिए–

(i) मूल्य के सम्बन्ध में–जहाजी–लदाई मुक्त बीमा व्यय मुक्त जहाजी भाडा मुक्त सर्व–व्यय मुक्त आदि।

(ii) आदेश की पुष्टि पर निर्यातक द्वारा कितने समय पश्चात् माल भेजा जायेगा।

(iii) भुगतान की विधि क्या रहेगी जैसे प्रलेखीय साख आदि।

10 निर्यातक द्वारा निम्न निर्यात प्रलेख प्राप्त किये जाते है

(i) रिजर्व बैक से साकेतिक सख्या

(ii) व्यापारिक बीजक

(iii) जीआर–I फार्म

(iv) मूल स्थान का प्रमाण–पत्र।

(v) बीमा पॉलिसी

(vi) जहाजी बिल।

(vii) मेट की रसीद/जहाजी बिल्टी।

(viii) साख–पत्र।

(ix) निर्यात निरीक्षण एजेन्सी का प्रमाण–पत्र

(x) अन्य प्रलेख जिनकी आवश्यकता नियमो के अन्तर्गत पडती हो।

11 उपरोक्त सभी औपचारिकताओ की पूर्ति के पश्चात् माल का लदान आयातक को कर दिया जाता है तथा निर्यातक या प्रेषण एजेन्ट द्वारा समस्त प्रलेख विभिन्न अधिकारियो से प्राप्त कर लिए जाते हैं।

12 सब कार्य सम्पन्न हो जाने पर प्रेषक एजेन्ट अपने द्वारा किये गये खर्चो का एक बिल तैयार करता है और उसमे अपना कमीशन भी जोड देता है। इस बिल को जहाजी बिल्टी की प्रतियो, जहाजी बिल की दो प्रतियों, डाक चालान तथा वीमा पत्र के साथ निर्यातक को भेजती है। निर्यातक इन सब प्रलेखो को प्राप्त करने पर प्रेषक एजेन्ट को बिल चुका देता है।

13 इसके पश्चात् निर्यात्तक भेजे गये माल का बीजक तैयार करता है।

14 निर्यातक बैंक को सम्बन्धित प्रलेख सौंपने के साथ–साथ तुरन्त आयातक को इस बात की सूचना दे देता है कि माल रवाना कर दिया गया है और अधिकार सम्बन्धी प्रलेख बैंक द्वारा भेजे जा रहे हैं। साथ ही जानकारी के लिए बीजक की एक प्रति भी भेज दी जाती हैं। सूचना प्राप्त करते ही आयातक बैंक से माल सम्बन्धी प्रलेख आदि छुडाकर माल प्राप्त करने की व्यवस्था करता है।

15 निर्यातक को सम्बन्धित वस्तु–मण्डल तथा निर्यात सवर्द्धन समिति व अन्य अधिकारियो के साथ पजीयन करा लेना चाहिए, जिनके द्वारा उस की सुविधाये व सेवाये प्राप्त होती है।

16 निर्यातक को आयात पुन पूर्ति*[1] नकद सहायता*[2] तथा चुगी की वापसी*[3] से सम्बन्धित औपचारिकताओ को पूरा कर लेना चाहिए।

भारतीय उत्पादक एव पैकेजिंग

बहुत से मामलो मे यह देखा गया है कि भारतीय माल, अच्छे किस्म का होते हुए भी विदेशी बाजारो पर घटिया पैकिग के कारण अधिक प्रभाव नही डालते हैं। अत जहॉ तक भारतीय उत्पादको के पैकेजिग का प्रश्न है, उन्हे तो अभी अपनी बिगडी हुई छवि को सुधारना व उसके बाद उसे उन्नत करना है। हमारे देश मे पैकेजिग के स्तर को सुधारने के लिए "भारतीय पैकेजिग सस्थान" की स्थापना की गयी है। यह सस्थान पैकिजिग के क्षेत्र मे विश्व स्तर पर होने वाले प्रयोगो और ज्ञान वृद्धि से भारतीय उद्योगो को परिचित रखने हेतु "एशियन फैडरेशन" तथा "वर्ड पैकेजिग आरगेनाइजेशन" का सक्रिय सदस्य है। अत भारतीय उत्पादको/निर्यात्तको को चाहिए कि वे विदेशी बाजारो मे अपने उत्पादो का विक्रय करते समय इस सस्थान द्वारा उपलब्ध कराये गये पैकेजिग के स्तरो का उपयोग करे।

निर्यात मूल्य

निर्यात विपणन के क्षेत्र मे मूल्य निर्धारित का कार्य अधिक जटिल है, क्योकि इसके निर्णय मे आन्तरिक मूल्य निर्धारण के अतिरिक्त भी अनेक प्रकार की समस्याऍ जुडी होती है।

भारतीय निर्यातक–अधिकॉश भारतीय निर्यातक निर्यात कीमते नीचे स्तर पर रखते हैं। चीनी आदि वस्तुओ के निर्यात मे इनका मूल्य आन्तरिक बाजारो मे प्रचलित मूल्यो से काफी कम रखा जाता है। इन्जीनियरिंग वस्तुएँ समान मूल्य पर ही सामान्यत विक्रय की जाती है। किन्तु दस्तकारी का माल, कलात्मक वस्तुओ का फैशन सम्बन्धित वस्तुओ की कीमते आन्तरिक मूल्यों से काफी ऊँची रखी जाती हैं।

*1. Import Replenishment
*2 Cash Assistance
*3. Customs Draw Back

7.2 निर्यात विपणन एवं भारतीय फर्मे

निर्यात विपणन के लिए अनेक आकर्षण होने के उपरान्त भी भारतीय सन्दर्भ मे कहा जा सकता है, कि अधिकॉश फर्मे इस ओर उदासीनता का रवैया अपनाये हुए हैं। भारतीय फर्मो ने निर्यात विपणन अन्तर्मन की अभीप्सा से जाग्रत होकर नहीं, बल्कि सरकारी अनिवार्यता एव बाध्यता के कारण किया है। यह बात बिल्कुल गवारा है, कि बाद मे निर्यात मे पौबारह होने पर उन्होने जडे पकड ली हो। अनेक क्षेत्रो मे उत्पादन का अनुज्ञापत्र देते समय सरकार यह शर्त लगा देती है, कि कुल उत्पादन का अमुक भाग निर्यात किया जायेगा। प्रश्न यह है, कि इस स्थिति के कारण क्या हैं, इसके लिए जिम्मेदार कारणो का वर्गीकरण निम्नलिखित शीर्षको मे किया जा सकता है—

(1) सुरक्षित आन्तरिक बाजार—भारतीय सन्दर्भ मे यह पूर्णतया सही है, अनेक वस्तुओ जिसमे मुख्य रूप से उपभोक्ता व कुछ औद्योगिक वस्तुएँ हैं, जिनका असीमित बाजार इस देश मे उपलब्ध है। जब यही चीजे नही मिलती हैं, तो उपभोक्ता मनमाने मूल्य देने को तैयार रहता है। कई वस्तुओ की हमेशा ही कमी चलती रहती हो, तो किसे निर्यात विपणन के लिए पडी है व क्यो ग्राहक ही एक सरदर्द मोल लेना चाहेगे।

(2) कम प्रतिफल की प्राप्ति—निर्यात के कारण अनेक प्रकार के व्यय भी वस्तु के मूल्य मे जुड जाते है। इससे आन्तरिक बाजारो की तुलना मे निर्यात बाजार के मूल्य ऊँचे होते है। इससे उन्हे आन्तरिक बाजारो की तुलना मे कम प्रतिफल भी प्राप्त होता है, इस कारण भी भारतीय फर्मे अनिच्छुक रहती है।

(3) प्रतियोगिता—आन्तरिक बाजारो की तुलना मे विदेशी बाजारो मे अत्यधिक प्रतियोगिता है। भारतीय व्यवसायी अपने आप को अन्तर्राष्ट्रीय बाजारो मे विपणन कर रहे बहुराष्ट्रीय नियमो आदि की प्रतिस्पर्धा में खडे रहने या खडे होने की क्षमता नही रखते। प्रतियोगिता से लाभो में भी कमी हो जाती है।

(4) वित्तीय क्षमता का सुद्दढ न होना—निर्यात व अन्तर्राष्ट्रीय विपणन मे कार्यरत बडी कम्पनियों व बहुराष्ट्रीय निगमो की तुलना मे भारतीय फर्मो की वित्तीय स्थिति तुलनात्मक रूप से बहुत कमजोर है। अत विदेशी बाजारो के अनुरूप उत्पाद नियोजन उदार विक्रय नीतियों का अपनाने में भारतीय फर्मे असमर्थ है, जबकि इसके लिए भारतीय फर्मो के पास उचित वित्तीय साधन नहीं हैं।

(5) जोखिम व साहस तत्त्व का प्रभाव—निर्यात बाजारो मे अनेक प्रकार की अनिश्चितताएँ होती है। आर्थिक, राजनैतिक, व्यापारिक अनेक प्रकार की जोखिमे विदेशी व्यापार मे है। न जाने कब सम्बन्धित देश की सरकार अपने वैधानिक प्रावधानो मे परिवर्तन कर दे। भारतीय व्यवसायियो मे इस अनिश्चितता व जोखिम को वहन करने की क्षमता अपेक्षतया कम है।

(6) उपयुक्त गतिशीलता का प्रभाव—आन्तरिक बाजारो के उपभोक्ताओ की तुलना मे निर्यात बाजार के उपभोक्ताओ की आदतो, क्रय व्यवहारो, पसदगियो, रूचियो आदि मे शीघ्र परिवर्तन होते रहते हैं। इन परिवर्तनो के अनुरूप अपने को शीघ्र ढालने के लिए उत्तम गतिशीलता की आवश्यकता होती है। प्रतियोगी अवसरो की तलाश मे रहते हैं। ऐसी गतिशीलता भारतीय फर्मो मे नही है।

उपरोक्त कारणो से भारतीय फर्मे निर्यात विपणन की ओर उदासीन रहती है। लेकिन अनेक ऐसी कम्पनियॉ भी हैं, जिन्होने मन्दी से बचने के लिए पहले ही अपने उत्पादनो के लाभप्रद विपणन अवसर निर्यात बाजारो मे सृजित किए हैं। भारतीय फर्मो को इस ओर उदासीनता का रूख छोडकर, सरकार द्वारा प्रदत्त निर्यात सुविधाओ का उपयोग करने हेतु दीर्घकालिक निर्यात नीति बनानी चाहिए, जिससे न केवल वे अपने लाभो को बढा सके, वरन् राष्ट्रीय अर्थ–व्यवस्था एव विकास को ठोस आधार प्रदान करने मे भी योगदान दे सके।

7.3 भुगतान शेष की समस्या

संकल्पना

व्यापार शेष*[1] का सम्बन्ध किसी देश द्वारा विश्व के अन्य देशो के साथ दृश्य मदो के आयात और निर्यात के लेखे जोखे से है। यह घाटे, अतिरेक*[2] अथवा साम्य*[3] किसी भी स्थिति मे हो सकता है। भुगतान–शेष*[4] व्यापार शेष से अधिक व्यापक अवधारणा है। इसके दो भाग होते है। चालू खाता*[5] और पूँजी खाता*[6] व्यापार शेष मे अदृश्य मदो (बीमा, परिवहन, पर्यटन, उपहार तथा अन्य सेवायें) की लेनदारियों*[7] और देनदारियो*[8] को जोड कर चालू खाता का लेखा प्राप्त

*1. Balance of trade
*2 Surplus
*3. Balance
*4 Balance of Payments
*5. Current account
*6 Capital account
*7. Receipts
*8. Payments

होता है। पूँजी खाते मे पूँजीगत भुगतान और प्राप्तियो का लेखा जोखा होता है। इसमे ऋणो की प्राप्तियॉ और अदायगियॉ, करेसी, स्वर्ण हस्तान्तरण आदि शामिल होते है। जब चालू खाते मे प्राप्तियॉ और भुगतान तथा पूँजी खाते मे प्राप्तियॉ और भुगतान बराबर नही होते है, तो भुगतान शेष मे असन्तुलन की स्थिति हो जाती है। इस असतुलन को दूर करने के लिये पूँजी खाते मे उतनी ही राशि की प्राप्तियॉ, समायोजन के लिये की जाती है। यदि भुगतान शेष मे अतिरेक होता है तो उतनी ही राशि का भुगतान किया जाता है।

इस प्रकार भुगतान सतुलन सदैव साम्य की स्थिति मे रहता है लेकिन महत्वपूर्ण बात यह है कि यह साम्य किस प्रकार प्राप्त किया गया है। यदि भुगतान सतुलन सहज ढग से साम्य की स्थिति मे है अर्थात चालू खाते और पूँजी खाते के भुगतान और प्राप्तियो मे सहज ही साम्य है, तब चिन्ता की बात नही होती है। यदि चालू खाते मे भुगतान प्राप्तियो से अधिक होते है और भुगतान शेष मे साम्य के लिए विदेशो से ऋण लेना पडता है अथवा विदेशी विनिमय कोष से विदेशी मुद्राओ के व्यय करना पडता है, तब स्थिति चिन्ताजनक हो जाती है।

समस्या

भारत के भुगतान शेष की प्रतिकूल स्थिति के दो प्रमुख कारक रहे हैं–आयातो मे तीव्र वृद्धि तथा निर्यात की धीमी सवृद्धि दर।

भारत मे आर्थिक आयोजन की प्रक्रिया आरम्भ होने के बाद आयातो मे तीव्र वृद्धि हुई। आयातो मे यह वृद्धि निम्नलिखित क्षेत्रो मे हुई–

(i) पूँजीगत वस्तुओ, मशीनरी तथा सभी प्रकार के उपकरण

(ii) उद्योगो के लिये कच्चा माल

(iii) खाद्यान्न सकट के वर्षो मे खाद्यान्न का आयात

(iv) तकनीकी तथा अन्य सेवाऍ

भारत मे आर्थिक विकास की जो नीति अपनायी गयी थी उसमे इन वस्तुओ का आयात आवश्यक था। लेकिन इन आयातों की वृद्धि–दर की तुलना मे निर्यातो की वृद्धि–दर कम रही, भारतीय अर्थव्यवस्था की अल्प–विकसित अवस्था जिसका एक महत्वपूर्ण कारण थी। इसके अन्य कारण थे–

(i) आरभिक वर्षो मे भारतीय निर्यातो मे कृषि उत्पादो की प्रधानता थी। क्योकि इन वस्तुओ की माग बेलोचदार*[1] होती है अत इनका निर्यात तेजी से बढना सभव नही था।

(ii) किसी भी विकासशील देश मे निर्यातो के लिये अतिरेक का प्राय अभाव रहता है और विश्व मे माग होने पर भी वे लाभ नही उठा पाते हैं।

(iii) देशी उत्पाद अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर प्रतिस्पर्धा मे पिछड गए जिसका निर्यातो पर प्रभाव पडा।

(vi) विकसित देश, विदेशी व्यापार के क्षेत्र मे कई प्रकार की नीतियॉ अपनाते है जिनका विकासशील देशो के निर्यात पर बुरा प्रभाव पडता है। भारतीय निर्यातो को भी इन स्थितियो का सामना करना पडता है।

इन समस्याओ से निपटने के लिये कारगर आयात नीति*[2] और निर्यात नीति*[3] की आवश्यकता होती है। जिसे सम्मिलित रूप से व्यापार नीति*[4] कहा जाता है।

7.1 भारत की व्यापार नीति

किसी भी देश की भुगतान–शेष की समस्या से निपटने मे आयात नीति तथा निर्यात नीति की अहम् भूमिका होती है। लेकिन इन नीतियो की सफलता के लिये आवश्यक है कि दोनो नीतियो मे समन्वय स्थापित किया जाय और व्यापार की एक एकीकृत नीति*[5] अपनायी जाय।

आयात नीति

स्वतत्रता के तुरन्त बाद भारत में वस्तुओ की काफी कमी हो गई थी जिससे निपटने के लिये उदार आयात नीति का सहारा लिया गया। इस नीति के भुगतान–शेष होने वाले प्रभाव को देखते हुए 1949 मे भारतीय मुद्रा का अवमूल्यन*[6] कर दिया गया। प्रथम पचवर्षीय योजना मे भी इसी नीति का पालन किया गया। इस अवधि मे भुगतान–शेष की स्थिति अपेक्षाकृत नियन्त्रण मे थी।

*1. Inelastic
*2 Import Policy
*3. Export Policy
*4. Trade Policy
*5. Integrated Policy
*6 Devaluation

दूसरी पचवर्षीय योजना मे व्यापक औद्योगीकरण कार्यक्रम आरम्भ किये गये जिससे आयातो मे भारी वृद्धि हुई तथा भुगतान–शेष की स्थिति जटिल हो गई। इन स्थितियो का सामना करने के लिये दो नीतियो को अपनाया गया जो दीर्घ–काल तक भारतीय आयात नीति का आधार बनी रही। ये दो नीतियॉ थी– (i) आयात प्रतिबन्ध*[1] और आयात प्रतिस्थापन*[2]

आयात प्रतिबन्ध

1956–57 से भारत मे कठोर आयात प्रतिबन्धो का आरम्भ हुआ जिसके अन्तर्गत गैर–आवश्यक आयातो पर कडे प्रतिबन्ध लागू किये गये। आयातो को उनकी उपयोगिता के अनुसार कई श्रेणियो मे बाटा गया–पूर्णतया प्रतिबन्धित जिसमे गैर–आवश्यक आयात आते थे, सरकारी एजेसियो के माध्यम से आयात किए जाने वाली वस्तुएँ*[3] तथा खुले सामान्य लाइसेस*[4] वाले आयात। इन प्रतिबन्धो का उद्धेश्य आर्थिक विकास के लिये आवश्यक आयातो के लिये विदेशी मुद्रा की बचत करना था। 1966 मे रूपयो के अवमूल्यन के कारण उत्पन्न अनुकूल स्थिति, हरित क्रान्ति के बाद कृषि क्षेत्र की आवश्यकता की वस्तुओ की माग तथा निर्यात के लिये और आवश्यक घरेलू उपभोग की वस्तुओ की उत्पादन करने वाले उद्योगो की कच्चे माल की आवश्यकता के कारण आयात मे छूटे प्रदान करने की नीति अपनायी गयी।

आयात प्रतिस्थापन

भारत मे आयात प्रतिस्थापन*[5] नीति के दो उद्धेश्य रहे हैं–(i) आवश्यक व महत्वपूर्ण वस्तुओ के आयात के लिये विदेशी मुद्रा की बचत करना तथा (ii) अधिक से अधिक वस्तुओ के उत्पादन मे आत्मनिर्भरता प्राप्त करना। इस नीति के तीन चरण रहे है– पहले चरण मे आयात प्रतिस्थापन मुख्य रूप से उपभोक्ता वस्तुओ तक सीमित था। दूसरे चरण मे पूँजीगत वस्तुओ के घरेलू उत्पादन पर जोर दिया गया। तीसरे और अन्तिम चरण मे घरेलू प्रौद्योगिकी को आयात प्रौद्योगिकी के स्थान पर प्रतिस्थापित करने की योजना बनाई गई।

*1 import restriction
*2. Import substitution
*3. canalised items
*4. Open General License
*5. Import Substitution

इन नीतियो का भारतीय आयातो की सरचना पर प्रभाव पडा और उसमे महत्वपूर्ण परिवर्तन हुआ। यदि भारतीय आयातो की सरचना मे हुए परिवर्तन को देखे तो आयात प्रतिस्थापन का प्रथम चरण पूरा कर लिया गया है तथा दूसरे चरण मे काफी प्रगति हो चुकी है तथा तीसरे चरण मे प्रवेश कर चुके है। इस प्रकार आयात प्रतिस्थापन नीति को आशातीत सफलता मिली है।

आयात उदारतावाद

1977–78 तक आयात प्रतिबन्धो और आयात प्रतिस्थापन की नीति अपनाने के बाद भारत मे आयात उदारतावाद का युग आरम्भ होता है। इस नीति के प्रतिस्थापन मे तीन समितियो अलेक्जेडर समिति (1978), टडन समिति (1982) तथा हुसैन समिति (1982) की महत्वपूर्ण भूमिका रही। इन समितियो ने आयात प्रतिबन्धात्मक और आयात प्रतिस्थापनात्मक नीतियो के स्थान पर आयात उदारीकरण और निर्यात प्रोत्साहन*[1] की नीतियो का समर्थन किया। इसके बाद विभिन्न आयात–निर्यात नीतियो मे आयात उदारतावाद का क्रमिक विकास देखने को मिलता है।

1985 के बाद से ये नीतियॉ अधिक स्पष्ट हो गयी जिनके अन्तर्गत निम्नलिखित कदम उठाए गए–

1 पूॅजीगत वस्तुओ के आयात के लिये लाइसेसिग शर्तो को आसान किया गया तथा कुछ वस्तुओ को खुले सामान्य लाइसेस*[2] के अन्तर्गत लाया गया।

2 कच्चे माल की बहुत सी वस्तुओ को आयात सम्बन्धी छूटे प्रदान की गयी। 1990–92 की नीति से 870 वस्तुओ को*[3] सूची मे शामिल किया गया।

3 पजीकृत निर्यातको को सुविधाऍ प्रदान की गयी तथा आयात नीति को निर्यातोन्मुख*[4] बनाने के प्रयास किए गए। इस नीति के अन्तर्गत पजीकृत निर्यातक नीति*[5] के अन्तर्गत लाइसेसो मे लचीलापन लाया गया। इन लाइसेसो के अन्तर्गत कच्चे माल, कल पुर्जे तथा पूॅजीगत

*1 Export promotion
*2. Open general license
*3. OGL
*4. Export oriented
*5. Registered Exporters Policy-REP

वस्तुओ को आयात सुविधाएँ प्रदान की गयी*[1]। लाइसेसो का हस्तातरणीय*[2] बनाया गया। 1990–92 मे लाइसेसो को लचीला बनाने के उद्धेश्य से आयात–निर्यात पास–बुक योजना के स्थान पर बहुव्यापी अग्रिम लाइसेस योजना*[3] आरम्भ की गई।

4 निर्यातको को निर्यात गृह, व्यापार गृह तथा स्टार व्यापार गृह का दर्जा दिया गया तथा उन्हे आयातो से सम्बिन्धत विभिन्न प्रकार की छूटे प्रदान की गयी।

5 आवश्यक प्रौद्योगिकी के आयात मे भी उदार नीति अपनायी गयी। तकनीको मे सुधार के लिये एक तकनीकी विकास फड*[4] स्थापित किया गया।

निर्यात नीति

भारत सरकार की निर्यात नीति*[5] को कई चरणो मे बाटा जा सकता है। 1952 से 1956 तक की अवधि मे निर्यात की ओर ध्यान नही दिया गया जिसके परिणामस्वरूप परम्परागत निर्यातो मे कमी आती गई और गैर–परम्परागत निर्यातो मे कोई वृद्धि नहीं हुई। निर्यात नियन्त्रण, घरेलू माग मे वृद्धि तथा निर्यातो पर ऊँची दर पर शुल्क इस अवधि मे निम्न स्तर के निर्यात के महत्वपूर्ण कारण है।

1966 मे रूपये के अवमूल्यन के बाद, यह धारणा बनी कि इससे निर्यातो मे स्वत वृद्धि होगी तथा जो कुछ निर्यात रियायते*[6] दी जा रही थी, उन्हे भी कम कर दिया गया। किन्तु इससे निर्यात मे वृद्धि पर प्रतिकूल प्रभाव पडा और निर्यात रियायतो को शीघ्र ही पुन लागू करना पडा। यह स्थिति 1993 तक चली।

1973 मे तेल सकट के बाद इस विषय मे नए सिरे से पुनर्विचार हुआ और यह माना गया कि केवल आयात प्रतिस्थापन से भुगतान–शेष की समस्या का समाधान नहीं हो सकता है। इसके लिये निर्यात सवर्द्धन*[7] की नीतियॉ लागू करने की आवश्यकता है। अत निर्यातो को

*1 REP
*2. transferable
*3. Blanket Advance License Schem
*4. Technical Development Fund
*5. Export Policy
*6. Export subsidies
*7. Export promotion

व्यापार नीति मे उच्च प्राथमिकता दी गई। लगभग दस वर्षो तक की इस अवधि मे निर्यातो मे काफी वृद्धि हुई जिसके घरेलू तथा अन्तर्राष्ट्रीय कारण भी थे। इस अवधि मे म्रुदास्फीति नियन्त्रण मे रही तथा रूपये की मौद्रिक प्रभावी विनिमय दर[*1]मे गिरावट आई। इन दोनो के परिणाम स्वरूप वास्तविक प्रभावी विनिमय दर[*2] मे कमी हुई जिसका लाभ निर्यात के क्षेत्र मे मिला। अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर विश्व व्यापार मे तेजी आई, प्राथमिक वस्तुओ की कीमतो मे वृद्धि के कारण प्रति इकाई निर्यात मूल्य मे वृद्धि हुई तथा तेल निर्यातक देशो मे भारतीय वस्तुओ को नए बाजार मिले। इस प्रकार, घरेलू तथा अर्न्राष्ट्रीय स्तर पर अनुकूल परिस्थितियो के कारण लगभग एक दशक की अवधि मे नियार्तो की सवृद्धि दर मे वृद्धि हुई।

बाद के वर्षो मे परिस्थितियॉ बदली तथा निर्यात सवर्द्धन नीतियॉ अपना प्रभाव जारी नही रख सकी जिसका प्रमुख कारण इन नीतियो तथा देश की सामान्य आर्थिक नीतियो मे समन्वय का अभाव था। इन अनुभवो के आधार पर निर्यात नीति मे महत्वपूर्ण परिवर्तन किये गए तथा निर्यात के लिए छूटो व प्रोत्साहनो के अतिरिक्त निर्यात नीति और देश की औद्योगिक तथा विकास नीति के मध्य समन्वय स्थापित करने के प्रयास किये गये। अब निर्यात नीति को सम्रग आर्थिक विकास नीति का हिस्सा माना गया है।

कुछ निर्यात प्रोत्साहन नीतियॉ

1. नकद मुआवजा सहायता[*3] – यह योजना 1966 मे लागू की गई। इसके अन्तर्गत निर्यातको को उन निर्यातक आगतो पर 'कर' के बदले नकद मुआवजा दिया जाता था जिसकी वापसी 'शुल्क वापसी की व्यवस्था' के अन्तर्गत नहीं हो पाती थी। इस योजना मे नकद मुआवजा सहायता की दरे अलग–अलग निर्यातको तथा अलग–अलग वस्तुओ के लिए अलग–अलग होती थी।

, 2 शुल्क वापसी की व्यवस्था – इस योजना के अन्तर्गत निर्यात उत्पादनो मे प्रयोग होने वाले आयातित आगतो[*4] तथा मध्यवर्ती वस्तुओ पर वसूल किए गए शुल्क निर्यातको को वापस कर दिये जाते थे। इसी योजना के अन्तर्गत निर्यात उत्पादन के लिए प्रयुक्त घरेलू आगतो

*1. Nominal Effective Exchange Rate
*2. Real Effective Exchange Rate
*3. Cash Compensatory
*4. Inputs
*5. excise duties

पर वसूल किए गए उत्पाद शुल्क*5 को भी वापस कर दिया जाता था।

इन दोनो योजनाओ का उद्धेश्य, निर्यात की जाने वाली वस्तुओ की उत्पादन लागत को कम करना था जिससे उनकी विश्व बाजार मे प्रतिस्पर्धात्मक शक्ति पर प्रतिकूल प्रभाव न पडे।

3 आयात पुन पूर्ति योजना— 1957 मे निर्यातको को उनके निर्यात के अनुपात मे आयात लाइसेस देने की योजना चलायी गई थी जिसे आयात हकदारी योजना*1 कहा जाता था। 1966 मे इसे समाप्त कर दिया गया था। कुछ समय बाद इस योजना को आयात पुन पूर्ति योजना*2 के नाम से पुन आरम्भ किया गया। आयात पुन पूर्ति योजना के अन्तर्गत लाइसेस निर्यातो के मूल्यो से सम्बन्धित थे और निर्यातको को यह सुविधा प्रदान करते थे कि वे उन आगतो*3 का आयात कर सके जो देश मे उपलब्ध नही हैं।

4 निर्यात प्रोसैसिग क्षेत्र— भारत मे सात निर्यात प्रोसैसिग क्षेत्रो की स्थापना की गई है जो कान्डला, साताकुज, फाल्टा, नोएडा, कोचीन, मद्रास तथा विशाखपटनम मे स्थित है। इसका उद्धेश्य निर्यात को प्रोत्साहित करना है। इन क्षेत्रो मे निर्यात उत्पादन के लिए मुक्त व्यापार का वातावरण प्रदान किया जाता है जिससे भारतीय वस्तुऍ अन्तर्राष्ट्रीय बाजारो मे प्रतिस्पर्धा करने मे सफल हो सके।

5. 100 प्रतिशत निर्यात उन्मुख इकाइयॉ— यह योजना 1980 मे आरम्भ की गई। इसके अन्तर्गत निर्यात इकाइयो को सामान्य लाइसेसिग विधियो,एकाधिकारी प्रतिबन्धक व्यवहार अधिनियम तथा विदेशी विनिमय नियमन अधिनियम की धाराओ मे छूट की व्यवस्था है। इन इकाइयो के पूरे उत्पादन को निर्यात किया जाता है।

6. ब्लैकेट विनिमय परमिट योजना— यह योजना 1987 मे लागू की गई। इसके अन्तर्गत निर्यातकों को यह छूट दी गई थी कि वे निर्यातो द्वारा कमाई गई विदेशी मुद्रा के 5 से 10 प्रतिशत तक का प्रयोग स्वेच्छा से निर्यात सवर्द्धन गतिविधियों मे कर सकते हैं। इस योजना का उद्धेश्य निर्यात सवर्द्धन के प्रयासों मे गति लाना तथा निर्यात सवर्द्धन गतिविधियो मे

*1. Import Entitlement Scheme
*2 Import Replenishment Scheme
*3. inputs
*4 flexibility

लोचशीलता[*4] लाना था।

व्यापार नीति मे परिवर्तन

1991 के आर्थिक उदारीकरण के फलस्वरूप व्यापार नीति मे भी महत्वपूर्ण परिवर्तन किये गये है जिनमे से कुछ महत्वपूर्ण परिवर्तन निम्नलिखित है–

1 नकद मुआवजा सहायता को समाप्त कर दिया गया है।

2 आयात की कार्यप्रणाली को सरल किया गया है। आयातो के लिए अब केवल दो लाइसेस हैं– अग्रिम लाइसेस[*1]और विशेष आयात लाइसेस[*2] शेष लाइसेसो को समाप्त कर दिया है।

3 अग्रिम लाइसेस प्रणाली को मजबूत बनाया गया है। नई इकाइयो तथा विस्तार अधीन इकाइयो को पूँजीगत तथा अन्य आयातो के लिए लाइसेस प्रदान करने की व्यवस्था की गई है। नकरात्मक सूची[*3] को लगातार छोटा किया जा रहा है।

4 केवल सरकारी एजेसियो के माध्यम से आयात और निर्यात की जाने वाली वस्तुओ की सख्या को बहुत घटा दिया गया है। इसमे अब केवल आठ वस्तुऍ–पेट्रोलियम उत्पाद, उर्वरक, खाद्य तेल, अनाज आदि शामिल हैं।

5 निर्यात उन्मुख इकाइयो तथा निर्यात प्रोसैसिग क्षेत्र की और अधिक सुविधाऍ प्रदान की गई है।

6 निर्यात गृहो तथा व्यापार गृहो को कई मदो मे आयात की अनुमति दी गई है। 51 प्रतिशत विदेशी इक्विटी के साथ व्यापार गृहो की स्थापना की भी अनुमति दी गई हैं।

7 सीमा शुल्को[*4] मे भारी कटौती की गई है। 1992–93 तक शुल्क की अधिकतम दर 110 प्रतिशत की जिसे 1997–98 तक कई चरणों मे घटाकर 40 प्रतिशत कर दिया गया है।

*1. Advance licence
*2. Special Import licence
*3. Negative List
*4. Custom duties

आयात–निर्यात नीति, 1997–2002

यह नीति नौवी योजना की अवधि के लिए घोषित की गयी है। इस नीति के मुख्य उद्धेश्य निम्नलिखित है–

(i) बढते हुए विश्व बाजार से लाभ उठाने के लिए देश की अर्थव्यवस्था मे आवश्यक परिवर्तन व गत्यात्मकता लाना

(ii) आवश्यक कच्चा माल, मध्यवर्ती वस्तुओ, कल–पुर्जो, उपभोग व पूँजीगत वस्तुओ की उपलब्धि सुनिश्चित करना ताकि उत्पादन को बढाकर सवृद्धि की प्रक्रिया को तेज किया जा सके

(iii) भारतीय कृषि, उद्योग व तकनीकी सेवाओ की तकनीकी क्षमता व दक्षता मे वृद्धि लाकर उनकी प्रतिस्पर्धात्मक शक्ति मे वृद्धि लाना नए रोजगार अवसर पैदा करना तथा विश्व–मान्य क्वालिटी उत्पादो के उत्पादन को उत्साहित करना,

(iv) उपभोक्ताओ को उचित कीमतो पर अच्छी किस्म की वस्तुएँ उपलब्ध कराना।

इस नीति की महत्वपूर्ण बाते निम्नलिखित हैं–

(i) प्रतिबन्धित सूची*[1] को छोटा कर दिया गया है। सरकार ने 542 मदो को आयात के प्रतिबन्धो से मुक्त कर दिया गया है। इनमें 150 मदो का आयात विशेष लाइसेंस के माध्यम से किया जा सकेगा। 60 मदो को विशेष आयात लाइसेस की श्रेणी से हटाकर खुले सामान्य लाइसेस वर्ग मे रखा गया है।

(ii) पूँजीगत वस्तुओ की निर्यात प्रोत्साहन योजना*[2] मे ससोधन किये गये हैं। पूँजीगत वस्तुओ पर आयात शुल्क 15 प्रतिशत से कम करके 10 प्रतिशत कर दिया गया है।

(iii) बैल्यु बेस्ट एडवास लाइसेस*[3] तथा पुरानी पास–बुक योजनाओ के स्थान पर एक नई ड्यूटी इन्टाइटलमेन्ट पास–बुक*[4] योजना आरभ की गयी है। इस योजना के अन्तर्गत,

*1 restricted list
*2. Export Promotion Capital Goods Scheme
*2. Value Based Advance Licence
*4. Duty Entitlement Pass Book

पिछले तीन वर्षो मे किये गये औसत निर्यात मूल्य के 5 प्रतिशत के बराबर आयात करने की छूट दी गयी है।

(iv) कृषि व सम्बद्ध क्षेत्रो की निर्यात उन्मुख इकाइयो को 50 प्रतिशत तक उत्पादन घरेलू बाजार मे बेचने की अनुमति दी गयी है। इसी प्रकार, सॉफ्टवेयर और हार्डवेयर उत्पादको को भी 50 प्रतिशत उत्पादन घरेलू बाजार मे बेचने की अनुमति दी गयी है।

(v) एडवास लाइसेस के अन्तर्गत निर्यात बाध्यता की अवधि 12 माह से बढाकर 18 माह कर दी गयी है। क्षेत्रीय लाइसेसिग अधिकारियो को निश्चित जुर्माना लेकर इस अवधि को बढाने का भी अधिकार दिया गया है।

(vi) स्वर्ण आभूषण व जवाहरात के निर्यातो को प्रोत्साहित करने के उद्धेश्य से नई नीति मे उन एजेसियो की सख्या मे वृद्धि की गयी है जो स्वर्ण के भण्डार रख सकती हैं।

(vii) लाइसेसो के प्रार्थना–पत्र कम्प्यूटर फ्लापी तथा ई–मेल के माध्यम से स्वीकार करने की व्यवस्था की जा रही है।

आयात–निर्यात नीति (1997–2002) मे 17 अप्रैल, 1998 को कुछ सशोधन किये गये हैं। इनकी मुख्य बाते निम्नलिखित हैं–

(i) 1 अप्रैल, 1996 को 6,161 ऐसी मदे थीं जिनका मुक्त आयात किया जा सकता था। 1 अप्रैल, 1997 को इनकी सख्या बढाकर 6,648 कर दी गयी थी। दिसम्बर, 1997 को 128 अन्य मदो को आयात प्रतिबन्धो से मुक्त कर दिया गया है।

(ii) पूँजीगत वस्तुओ की निर्यात प्रोत्साहन योजना के अधीन कृषि व सम्बद्व क्षेत्रो के लिये बिना आयात शुल्क दिए पूँजीगत वस्तुओ के आयात की न्यूनतम सीमा को 5 करोड रूपये से कम करके 1 करोड रूपया कर दिया है। इलेक्ट्रानिक्स, वस्त्र उद्योग, चमडा हीरे व जवाहरात, खेल का सामान और खाद्य प्रौसेसिग क्षेत्रो के लिये इस न्यूनतम सीमा को 20 करोड रूपये से कम करके 1 करोड रूपया कर दिया गया है। साफ्टवेयर क्षेत्र के लिये अब न्यूनतम सीमा 10 लाख रूपये रखी गयी है।

(iii) आयातो और निर्यातो के लिये निजी आबद्ध गोदामों*[1] की स्थापना की अनुमति दी गई है।

(iv) उपभोग के लिये निर्यात किये जाने वाले तिलहनो तथा खाद्य तेलो के निर्यात पर अब कोई मात्रात्मक प्रतिबन्ध नही होगे और न ही लाइसेस लेने की कोई आवश्यकता होगी।

(i) जुलाई, 1999 से सभी निर्यात प्रसस्करण क्षेत्रो को मुक्त व्यापार क्षेत्र मे परिवर्तित कर दिया गया। इन मुक्त व्यापार क्षेत्रो मे देश के श्रम कानून लागू नही होगे तथा इन क्षेत्रो मे सीमा शुल्क विभाग का भी हस्तक्षेप नही होगा।

(ii) वर्ष 2003 तक भारत को आयात पर मात्रात्मक प्रतिबन्धो को पूरी तरह समाप्त करना है। इस तथ्य को ध्यान मे रखते हुए विश्व व्यापार सगठन के समझौते के अनुसार आयात पर मात्रात्मक प्रतिबन्ध समाप्त करने की निर्धारित अवधि से पहले ही कई वस्तुओ के आयात की अनुमति दे दी गयी है।

(iii) नई सशोधित आयात–निर्यात नीति के अन्तर्गत 894 वस्तुओ को खुले सामान्य लाइसेस तथा 414 को विशेष आयात लाइसेस की सूची मे डाल दिया गया है। अब केवल 667 वस्तुए ही प्रतिबन्धात्मक सूची मे शेष रह गयी हैं जबकि 1997 मे इनकी सख्या 2714 थी।

(iv) निर्यातको की लेन–देन की लागत को कम करने तथा निर्यात में विलम्ब की समस्या से निपटने के लिये ओम्बड्स मैन (लोकपाल) की नियुक्ति की घोषणा की गयी है।

(v) शुल्क मुक्त योजना के अन्तर्गत डी0 ई0 पी0 बी0*[2] योजना तथा अग्रिम लाइसेस की प्रक्रिया को उदार बनया गया है। इसके अन्तर्गत विदेशी महानिदेशालय को पूर्व सूचना दिये बिना ही कच्चे माल के रूप मे प्रयोग किये जाने उत्पादो के शुल्क मुक्त आयात की अनुमति दी गयी है।

***1. Private bonded warehouses**
***2. DEPB**

(vi) निर्यात सर्वद्धन पूजी माल योजना के अन्तर्गत वस्त्र, रसायन तथा प्लास्टिक के लिये न्यूनतम सीमा को 20 करोड रूपये से घटाकर 1 करोड रूपये कर दिया गया है।

(vii) उत्पादन का 50 प्रतिशत निर्यात करने वाली इकाइयो को ग्रीन कार्ड प्रदान करने की घोषणा की गयी है।

(viii) लगातार 3 वर्षो तक निर्यात गृह/व्यापार गृह/स्टार व्यापार गृह/सुपर स्टार व्यापार गृह का दर्जा प्राप्त करने वाले निर्यातको को गोल्डन स्टेट्स प्रमाणपत्र प्रदान करने की घोषणा की गयी है।

(ix) सधोधित आयात–निर्यात नीति मे लघु निर्यातको को निर्यात गृह पात्रता मे रियायत की घोषणा की गई है। इस नीति के अनुसार सामान्य निर्यातको के लिये निर्धारित न्यूनतम निर्यात सीमा या विदेशी मुद्रा अर्जन सीमा तक एक तिहाई अर्जित करने पर ही निर्यात गृह का दर्जा दे दिया जाएगा।

(x) सशोधित आयात–निर्यात नीति मे सामान्य निर्यात गृह के लिये पात्रता मापदण्डो मे भी रियायत की घोषणा की गई है। निर्यात गृह, व्यापार गृह, स्टार व्यापार गृह तथा सुपर स्टार व्यापार गृह के लिये निर्धारित सीमा क्रमश 312 5 करोड, 62 5 करोड रूपये, 12 5 करोड रूपये तथा 925 करोड रूपये के एफ0 ओ0 बी0 मूल्य को घटाकर क्रमश 12 करोड रूपये, 60 करोड रूपये, 300 करोड रूपये तथा 900 करोड रूपये कर दिया गया है।

(xi) सेवा क्षेत्र के लिये विशेष पैकेज की घोषणा की गई है।

(xii) पर्यटन, विधि, तथा मेडिकल सेवाओ को निर्यात गृह का दर्जा प्रदान करने की घोषणा की गयी है।

(xiii) रूस को किये जाने वाले निर्यात को प्रोत्साहित करने के उद्देश्य से मूल्यवर्द्धन की सीमा को 100 प्रतिशत से घटाकर 33 प्रतिशत करने की घोषणा की गयी है।

30 मार्च, 2000 को घोषित आयात–निर्यात नीति की प्रमुख बाते निम्नलिखित हैं–

(i) विश्व व्यापार सगठन के प्रावधानो के अन्तर्गत वचनबद्धता का पालन करते हुऐ 714 वस्तुओ को 1 अप्रैल, 2000 से मात्रात्मक प्रतिबन्ध की सूची से हटा लिया गया है। शेष वस्तुओ पर से भी अप्रैल, 2001 को मात्रात्मक प्रतिबन्ध हटा लिये गये है।

(ii) विशेष आयात लाइसेस को 1 अप्रैल, 2001 को समाप्त कर दिया गया है।

(iii) घरेलू उद्योग को शुल्क सरक्षण और एटी डम्पिग तथा सब्सिडी विरोधी प्रणाली के अन्तर्गत सुरक्षा जारी रखी जाएगी।

(iv) निर्यात को तेजी से बढाने के उद्देश्य से उदार निवेश वाले विशेष आर्थिक क्षेत्र*[1] बनाने की घोषणा की गयी है। इसके अन्तर्गत गुजरात के पीपावाव और तमिलनाडु के तूतीकोरिन मे विशेष आर्थिक क्षेत्र स्थापित किया जाएगा। इसके अतिरिक्त मुम्बई, काडला, विशाखापत्तनम् और कोच्चि स्थित वर्तमान निर्यात प्रसस्करण क्षेत्रो को विशेष आर्थिक क्षेत्र मे परिवर्तित किया जाएगा। विशेष आर्थिक क्षेत्र की कम्पनियो को विदेशी उपभोक्ताओ के समान ही दर्जा दिया जाएगा।

(v) नई नीति मे निर्यात सर्वद्धन पूँजीगत माल को 5 प्रतिशत माल आयात शुल्क के साथ सभी क्षेत्रो व सभी प्रकार की वस्तुओ पर लागू करने की घोषणा की गयी है। इसके साथ ही इस योजना के अन्तर्गत 10 प्रतिशत का काउटरवेलिग भी समाप्त कर दिया गया है।

(vi) निर्यात पश्चात योजना 31 मार्च 2002 तक जारी रहेगी। बाद मे इसे एक तर्कसगत ड्रा—बैंक योजना मे विलीन कर दिया जायेगा।

(vii) नई नीति मे रत्न—आभूषण निर्यात को बढावा देने के उद्देश्य से डायमण्ड डॉलर खाता योजना आरम्भ की गयी है। इसके अन्तर्गत निर्यातक अपनी निर्यात आय को डालर खाते मे रख सकते हैं और इसका प्रयोग बिना तराशे या पालिश किए हुए हीरे खरीदने के लिये कर सकते है।

*1 Special Economic Zone

(viii) ज्ञान आधारित उद्योगो से निर्यात बढाने के उद्देश्य से औषधि, जैव प्रौद्योगिकी, एग्रो, रसायन आदि उद्योगो को निर्यात आय के 1 प्रतिशत के बराबर प्रयोगशाला और उपकरण और प्रयोग के समान शुल्क मुक्त रूप से आयात करने की अनुमति दी गयी है। इसका उद्देश्य अनुसधान एव विकास को बढावा देना है।

(ix) निर्यातोन्मुखी इकाइयो और निर्यात प्रसस्करण क्षेत्रो के इकाइयो को कृषि, समुद्री उत्पाद और सिले–सिलाए वस्त्र क्षेत्र की इकाइयो के समान ही घरेलू बाजार के लिये जाब वर्क करने की छूट दी गयी है।

(x) सिल्क के आयात को विशेष आयात लाइसेस के अन्तर्गत अनुमति दी गयी है।

(xi) राज्य सरकारो द्वारा किए जाने वाले निर्यात को प्रोत्साहित करने के लिए 250 करोड रूपये की राशि से कोष की स्थापना की घोषणा की गयी है।

(xii) दस वर्ष से कम प्रयोग की गई पूजीगत वस्तुओ को बिना किसी लाइसेस के आयात करने की अनुमति दी गयी है।

भारत की व्यापार नीति एक मूल्यांकन

भारत की आरभिक व्यापार नीति आयातो पर कडे प्रतिबन्धो तथा आयात प्रतिस्थापन पर आधारित थी। इन नीतियो को लागू करने मे व्यापक स्तर पर नौकरशाही व प्रशासनिक तन्त्र का हस्तक्षेप आवश्यक हो गया है। सभी स्तरो पर व्याप्त भ्रष्टाचार ने इस मामले को और जटिल बना दिया है जिससे आवश्यक निर्णयो मे विलम्ब आम बात हो गयी। लाइसेसो की जटिल प्रणाली तथा इनके हस्तातरण पर रोक के कारण इस क्षेत्र मे भ्रष्टाचार को बढावा मिला।

आयात प्रतिस्थापन की नीति का उद्देश्य विदेशी मुद्रा की बचत के साथ अर्थव्यवस्था की सरचना मे दीर्घगामी परिवर्तन लाना भी था। इन उद्देश्यो अपेक्षित सफलता भी मिली। लेकिन इस प्रक्रिया में भारतीय उद्योगो को दिये गये संरक्षण के कारण वस्तुओ की उत्पादन लागत में वृद्धि हुई जिससे साधनों का अपव्यय हुआ और कहीं–कहीं वस्तुओ के स्तर मे भी गिरावट आई। इस नीति के कारण घरेलू बाजार मे वस्तुओ की लाभप्रदता मे वृद्धि हुई जिसका उपयोग उद्योगों ने ऐसी उपभोक्ता वस्तुओं के उत्पादन के लिए किया जो धनी वर्ग के लिये ही

उपयुक्त थे। इनकी मॉग सीमित होने के कारण शीघ्र ही क्षमता के अल्प प्रयोग की समस्या उत्पन्न हो गई और उत्पादन लागत मे वृद्धि हुई।

आयात लाइसेस स्थापित क्षमता के आधार पर दिए जाते थे जिसका लाभ उठाने के उद्देश्य से उद्योगो ने वास्तविक उत्पादन से अधिक क्षमता का सृजन किया जिससे स्थापित क्षमता के अल्प प्रयोग तथा दुर्लभ साधनो के दुरूपयोग की प्रवृत्ति बढी आयात नियन्त्रण और आयात प्रतिस्थापन नीति के अधाधुध अनुकरण के कारण उत्पादन लागत मे वृद्धि हुई। वृद्धिमान पूॅजी उत्पाद अनुपात*[1] मे वृद्धि हुई जिससे उत्पादन की वृद्धि दर तथा रोजगार सृजन पर भी प्रतिकूल प्रभाव पडा।

अस्सी के दशक से आरभ हुई उदारीकरण की नीति के कारण भारतीय निर्यातो की आयात गहनता (निर्यातो मे आयातिक वस्तुओ का प्रतिशत) मे वृद्धि हुई जिससे विदेशी मुद्रा की शुद्ध आय मे कमी आई। लेकिन इस नीति के प्रारभिक वर्षो मे निर्यात पर स्पष्ट प्रभावो का अभाव दिखाई पडता है। बाद के वर्षो मे अनुकूल प्रभाव पडने आरम्भ हो गए। इसका कारण सभवत नई नीति के अनुरूप घरेलू उद्योग को व्यवस्थित करने मे लगने वाला समय था। जिन वस्तु समूहो मे उदारीकरण के कारण आयात–गहनता मे वृद्धि हुई थी, उनमे बाद के वर्षो मे निर्यातो मे वृद्धि की प्रवृत्ति दिखाई पडती है।

1973 तक आयात प्रतिबन्धो और आयात प्रतिस्थापन की नीतियो के अनुसरण के कारण निर्यातो की उपेक्षा की गई। आरम्भ मे निर्यात के प्रति दृष्टिकोण यह था कि औद्योगीकरण की प्रक्रिया तेज होने के बाद ही निर्यातो मे वृद्धि सभव है। इन वर्षो मे निर्यात की न तो कोई स्पष्ट नीति थी और न ही निर्यात के लिये कोई लक्ष्य निर्धारित किये जाते थे। 1973 के बाद यह अनुभव किया गया कि केवल आयात प्रतिबन्धो और आयात प्रतिस्थापन की नीति के माध्यम से भुगतान शेष की समस्या का समाधान सभव नही है। इसके बाद निर्यातो को प्रोत्साहन देने के उद्देश्य से कई उपाय किये गये। लेकिन निर्यात क्षेत्र मे किये गये सभी उपाय प्राय अस्थायी और अनिश्चित ही थे और ये निर्यात सवर्द्धन की किसी दीर्घकालीन नीति का हिस्सा नहीं थे। इसकी दूसरी महत्वपूर्ण बात यह है कि निर्यात नीति को घरेलू अर्थव्यवस्था की विकास नीति का

***1. incremental capital output ratio**

अग नही बनाया जा सका जिससे औद्योगिक विकास की नीति और निर्यात की नीति मे कही–कही विरोधाभास भी उत्पन्न हो गया जिसका प्रभाव निर्यात के उपयो पर प्रतिकूल पडा।

स्वतत्रता के समय भारतीय निर्यातो का 50 प्रतिशत प्राथमिक क्षेत्र से निर्यात होता था लेकिन प्राथमिक वस्तुओ के लिये विनिमय शर्ते अन्तर्राष्ट्रीय बाजार मे प्रतिकूल होती गई, इनकी कीमतो मे अस्थिरता बनी रही, इनके प्रतिस्थापको के प्रयोग मे वृद्धि हुई तथा आयातक देशो मे उपभोग के पैटर्न मे परिवर्तन हुआ। इसके अतिरिक्त विकास के साथ इन उत्पादो की घरेलू माग मे भी तेजी से वृद्धि हुई। इसके परिणामस्वरूप प्राथमिक वस्तुएँ, जो भारत का परम्परागत निर्यात थे, के निर्यातो मे कमी आती गई। इन परिस्थितियो मे गैर परम्परागत निर्यातो पर निर्भरता बढ गयी। भारतीय निर्यात नीति मे प्रोत्साहन तथा सवर्द्धन सम्बन्धी उपायो का लक्ष्य भी गैर–परम्परागत निर्यात ही रहे हैं और इसमे महत्त्वपूर्ण सफलताएँ भी मिली है। यही कारण है कि भारतीय निर्यातो मे विनिर्माण क्षेत्र का हिस्सा लगभग 75 प्रतिशत है। इन उपलब्धियो के बावजूद भारतीय अर्थव्यवस्था के आकार व निर्यात की सभावनाओ की दृष्टि से निर्यात क्षेत्र की सफलता सभाव्य से काफी कम है। इसके मूल कारणो मे दोषपूर्ण घरेलू नीतियॉ, उत्पादन व व्यापारिक क्षेत्र की समस्याएँ तथा निर्यात के लिये किये जा रहे अपर्याप्त प्रयास प्रमुख हैं।

1991 मे उदारीकरण की नीति के बाद से व्यापार सम्बन्धी नीतियो मे महत्वपूर्ण परिवर्तन हुए हैं और देश की व्यापार नीति अन्तर्मुखी के स्थान पर स्पष्ट रूप से बहिर्मुखी हो गई है। इन परिवर्तनो के परिणाम स्वरूप सकल घरेलू उत्पाद मे व्यापार क्षेत्र के हिस्से मे लगातार वृद्धि हुई है और यह 15 प्रतिशत से बढकर 1998–99 मे 22 प्रतिशत हो गया। पिछले वर्षो मे इन नीतियो का निर्यात की सवृद्धि दर पर अनुकूल प्रभाव पडा है। इन प्रभावो के बारे मे महत्वपूर्ण बात यह रही है कि आयात और निर्यात की सरचना पर कोई प्रभाव नहीं पडा है और यह 1991 के पहले की आयात और निर्यात सरचना के समान ही है। इसका मुख्य प्रभाव व्यापार की दिशा मे पडा है और भारत के एशियाई बाजारो को होने वाले निर्यातो मे विशेष वृद्धि हुई है।

1991 की उदारीकरण की नीति के बाद दूसरा महत्वपूर्ण प्रभाव भारतीय उद्योगो को मिलने वाले सरक्षण में होने वाली तेज कमी है। सीमाशुल्क की अधिकतम सीमा को 110 प्रतिशत से घटाकर 35 प्रतिशत कर दिया गया है। इसके अतिरिक्त आयातो मे गैर–व्यापार अवरोधो मे

भी भारी कमी की गई है। एक आकलन के अनुसार भारतीय आयातो मे 90 प्रतिशत वस्तुओ पर किसी न किसी प्रकार के गैर–व्यापार अवरोध थे जो 1995–96 मे घटकर 44 प्रतिशत रह गये। इसी प्रकार, एक अन्य अध्ययन के अनुसार, प्रभावी सरक्षण दर*[1] के 87 प्रतिशत से घटकर 1995–96 मे 30 प्रतिशत रह गयी। मौद्रिक सरक्षण*[2] भी 1989–90 के 89 प्रतिशत से घटकर 1995–96 मे 31 प्रतिशत रह गयी।

इन सबका सम्मिलित परिणाम यह रहा कि भारतीय अर्थव्यवस्था के विकास की प्रक्रिया मे विदेशी क्षेत्र को अग्रगामी क्षेत्र*[3] की भूमिका मिल गयी है और भारतीय अर्थव्यवस्था के विकास की बडी जिम्मेदारी इस क्षेत्र पर आ गयी है। इस सम्बन्ध मे तीन बाते महत्वपूर्ण हैं– घरेलू बाजार का सापेक्षिक महत्व, सरकारी हस्तक्षेप का स्वरूप व उसकी मात्रा तथा प्रौद्यौगिकी का आयात या उसका विकास।

भारत जैसे बडे देश मे घरेलू बाजार अत्यन्त महत्वपूर्ण है और औद्योगिक विकास की प्रक्रिया काफी हद तक इसके विकास पर निर्भर करती है। इसके लिये आवश्यक है कि घरेलू बाजार की स्थितियो के अनुरूप आयात प्रतिस्थापन और निर्यात प्रोत्साहन की नीतियो मे समन्वय स्थापित किया जाए।

बहुत से देशो मे सरकारी हस्तक्षेप की उनकी व्यापारिक प्रगति मे महत्वपूर्ण भूमिका रही है। भारत मे भी सरकार की भूमिका महत्वपूर्ण है। सरकारी हस्तक्षेप का स्वरूप व उसकी मात्रा आर्थिक विकास की प्रक्रिया मे निर्णायक भूमिका निभाएगी।

उद्योग के विभिन्न क्षेत्रो के लिये प्रौद्योगिकी का आयात किया जाए या उनका देश मे विकास किया जाए, यह महत्वपूर्ण प्रश्न है। तेजी से बदलते हुए परिवेश मे दोनो मे से कोई एक नीति अकेली सफल नही हो सकती। आयातित प्रौद्योगिकी तथा देश मे विकसित प्रौद्योगिकी प्रौद्योगिकी की तुलनात्मक कीमत, औद्योगिक विकास मे इसकी उपयोगिता तथा आर्थिक विकास की दिशा में इसके योगदान आदि कुछ महत्वपूर्ण प्रश्न हैं जिन पर स्पष्ट दिशा निर्देशो की आवश्यकता है।

अन्त मे, सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि अर्थव्यवस्था का विकास के केवल व्यापार क्षेत्र पर आश्रित होकर करना न तो सभव है और न ही उचित। वास्तव मे, व्यापार क्षेत्र तथा घरेलू

आर्थिक नीतियो के मध्य एक समष्टि आर्थिक अन्त सम्बन्ध होता है जो अत्यन्त महत्वपूर्ण है।इनमे से किसी भी क्षेत्र की उपेक्षा दूसरे क्षेत्र के विकास मे भी बाधक सिद्ध होगी। इन दोनो ही क्षेत्रो का समाधान दोनो क्षेत्रो के समन्वित विकास मे ही निहित है।

टिप्पणी एवं संदर्भ

1 Varshney, R L and B Bhattacharyya " Internatıonal Marketıng Management-An Indıan Prespeetıve" Sultan Chand, New Delhı-1993, Page 3-4

2 अग्रवाल, ए0 एन0 रू "भारत मे आयोजन एव आर्थिक नीति", विश्व प्रकाशन, नयी दिल्ली, 1994 पृष्ठ 449 464

अध्याय–8

उपलब्धियॉ एवं सम्भावनाएं*1

अर्न्तराष्ट्रीय व्यापार मे उप–क्षेत्रीय समूहो, व्यापार एव सवृद्धि के माडलो तथा क्षेत्रीय व्यापारिक गुटो की भागीदारी से विदेशी व्यापार की दिशा, व्यापार के पैटर्न, तकनीकी एव निवेश तथा अन्तर्राष्ट्रीय राजनीति मे परिवर्तन आया है। हाल के वर्षों मे कुछ पिछडे तथा एक जैसी समस्याओ वाले क्षेत्रो के बीच सुरक्षा, व्यापार एव परस्पर सहयोग के लिए क्षेत्रीयतावाद को बढावा मिला है। सार्क इसका ज्वलत उदाहरण है। यह दक्षिण एशिया का एक महत्वपूर्ण क्षेत्रीय सहयोग सगठन है। इस सगठन मे भारत का जनसख्या, भू–क्षेत्रफल तथा सकल घरेलू उत्पाद की दृष्टि से वर्चस्व है।

प्रस्तुत अध्याय– 8 मे अध्ययन की उपलब्धियो एव भविष्य की सम्भावनाओ पर प्रकाश डाला गया है। इस अध्याय के अनुभाग 8 1 मे सार्क का मूल्याकन किया गया है। अनुभाग 8 2 एव अनुभाग 8 3 मे क्रमश· बहुपक्षीय एव द्विपक्षीय व्यापार प्रवृत्तियो से प्राप्त उपलब्धियो की विवेचना की गई है। इनमे भारत का सार्क देशो की बहुपक्षीय एव द्विपक्षीय व्यापार प्रवृत्तियो से प्राप्त निष्कर्षो की भी विवेचना की गई है। अनुभाग 8 4 सार्क के सदस्य देशो नेपाल, बागलादेश, श्रीलका, पाकिस्तान, मालदीव, भूटान एव भारत के विकास परिदृश्यो का रेखाकन करता है। इसी अनुभाग मे भारत की विदेशी व्यापार–नीति की समीक्षा भी की गयी है।

अध्याय 8 का अतिम अनुभाग 8 5 भारत के विदेशी व्यापार की सम्भावनाओ पर प्रकाश, डालता है जिससे भविष्य की प्राथमिकताओ, मुद्दों आदि का समाधान प्राप्त करने मे सुविधा प्राप्त हो सके।

8.1 सार्क का मूल्यांकन*2

सार्क विश्व का सबसे छोटा व्यापार सगठन है, जिसका उद्देश्य अपने सदस्य देशो की सामाजिक और आर्थिक उन्नति करना है। यह विश्व का निर्धनतम व्यापार संगठन है जिसके

*1. Achievements and Prospects
*2. An Appraisal of SAARC.

सात सदस्य देशो मे नेपाल, बागलादेश, भूटान, भारत एव पाकिस्तान नामक देश निम्न आय वर्ग मे आते है। वर्ल्ड डेवलपमेट रिपोर्ट 2000–2001 के अनुसार श्रीलका एव मालदीव नामक देश निम्न मध्यम आय वर्ग मे आते है। सार्क देशो का कुल विश्व व्यापार 1997 मे 109 7 मिलियन डालर था जो कुल विश्व व्यापार के 3% से भी कम था। सार्क देशो के बीच परस्पर व्यापार 1997 मे 3000 मिलियन डालर था। वर्ष 1995 मे 'साप्टा' की स्थापना से विदेशी व्यापार के अन्तर्गत आयात पर मात्रात्मक नियन्त्रण, टैरिफ और गैर टैरिफ रूकावटो को कम करके रियायते देना सम्मिलित है। वर्ष 2005 तक जब 'सार्क' एक मुक्त व्यापार क्षेत्र बन जायेगा, इस क्षेत्र के विदेशी व्यापार के बढने की आशा की जा रही है।

सार्क : एक अल्प विकसित क्षेत्र

'सार्क', विविधता मे एकता वाला क्षेत्र है। सार्क के सदस्य देशो मे जनसख्या, भौगोलिक आकार तथा प्रति व्यक्ति आय की दृष्टि से असमानता प्राप्त है। किन्तु ये सभी देश अल्प विकसित देशों की विशेषताओ वाले देश है। अत इस दृष्टि से सार्क के सदस्य देशो मे समानता है जो उन्हे व्यापार एव आर्थिक सहयोग के लिए परस्पर प्रेरित करता है। वर्ल्ड डेवलपमेट रिपोर्ट 1999–2000 के अनुसार सार्क के सदस्य देशो मे मालदीव जनसख्या एव भूमि क्षेत्र की दृष्टि से सबसे छोटा है। मालदीव की जनसख्या 262 हजार तथा भूमि क्षेत्र 0 3 हजार वर्ग किलोमीटर है, जबकि भारत जनसख्या एव भूमि क्षेत्र दोनो ही दृष्टियो से सबसे बडा है। भारत की जनसख्या वर्ल्ड डेवलपमेट रिपोर्ट 1999–2000 के अनुसार 980 मिलियन तथा भूमि क्षेत्र 3288 हजार वर्ग किलोमीटर है। एक अनुमान के आधार पर भारत की यह जनसख्या 11 मई 2000 को 100 करोड से अधिक हो चुकी है।[1] अद्यतन 2001 की जनगणना के अनुसार भारत की यह जनसख्या 102 करोड से अधिक होने का अनुमान है।[2] जनसख्या घनत्व की दृष्टि से बागलादेश सर्वाधिक जनघनत्व वाला देश है जबकि भूटान का जन–घनत्व सबसे कम है। वर्ल्ड डेवलपमेट रिपोर्ट 1999–2000 के अनुसार 'बागलादेश' की जनसख्या घनत्व 965 व्यक्ति प्रति वर्ग किलोमीटर तथा भूटान की जनसख्या घनत्व 16 व्यक्ति प्रतिवर्ग किलोमीटर है। यहाँ हमे उक्त बुनियादी तथ्यों से यह निष्कर्ष प्राप्त होता है कि अत्यधिक जन–घनत्व वाला देश एक ओर सर्वाधिक जनसख्या की मूलभूत आवश्यकताओं को पूरा करने में सक्षम है तो दूसरी ओर जनसख्या का भारी दबाब उस देश के विकास की एक मुख्य बाधा है।

तालिका 8.1

प्रति व्यक्ति आय का तुलनात्मक विश्लेषण : सार्क के सदस्य देश, 2000 से पूर्व

अर्थ व्यवस्था (आय वर्गानुसार)	सार्क के सदस्य देश	जनसख्या (मिलि0 मे)	भूमि क्षेत्र (हजार वर्ग)	जनसख्या घनत्व प्रतिवर्ग किमी	प्रति व्यक्ति आय (डालर) मे					
		1998	1996	1998	1981	1985	1986	1997	1998	1999
निम्र आय वर्ग (520 डालर)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)
	नेपाल	23	147	160	150	160	150	210	210	220
	बागलादेश	126	144	965	140	150	160	270	350	370
	भारत	980	3288	330	260	270	290	390	430	450
	भूटान	759*	470	16	80	160	150	400	—	510
	पाकिस्तान	132	796	171	350	380	350	490	480	470
निम्र मध्यम आय वर्ग (1710 डालर)	श्रीलका	19	66	290	300	330	400	800	810	820
	मालदीव	262*	0 3	874	—	290	310	1150	1230	1160
उच्च आय वर्ग (25510 डालर)	सयुक्त राष्ट्र	270	9364	29	12820	16690	17480	28740	29340	30600

स्त्रोत वर्ल्ड डेवलपमेंट रिपोर्ट, 1983, 87, 88, 1998–99, 1999–2000, 2000–2001

*हजार मे

प्रति व्यक्ति आय किसी देश अथवा क्षेत्र के जीवन स्तर का एक सरल और सर्वोत्तम मापक है। यदि हम सार्क के सभी सदस्य देशो की प्रति व्यक्ति आय का तुलनात्मक विश्लेषण करे तो हमे पता चलता है कि नेपाल की प्रति व्यक्ति आय न्यूनतम तथा मालदीव की प्रति व्यक्ति आय अधिकतम है। वर्ल्ड डेवलपमेट रिपोर्ट 2000–2001 के अनुसार 1999 मे नेपाल की प्रति व्यक्ति आय 220 डालर, बागलादेश 370 डालर, भूटान 510 डालर, भारत 450 डालर, पाकिस्तान 470 डालर, श्रीलका 820 डालर तथा मालदीव की प्रति व्यक्ति 1230 डालर है। इस तरह सार्क के सदस्य देशो की प्रतिव्यक्ति आय 220 डालर (नेपाल) तथा 1230 डालर (मालदीव) के विस्तार मे है। इनमे नेपाल, बागलादेश, भारत, भूटान एव पाकिस्तान, निम्न आय वर्ग मे (520 डालर के औसत में) है तथा श्रीलका एव मालदीव निम्न मध्यम आय वर्ग (1710 डालर के औसत मे) हैं। ये देश उच्च आय वर्ग (औसत 25510 डालर) से अभी बहुत पिछडे हैं, इस तथ्य पर तालिका 8 1 से प्रकाश पडता है।

सार्क के सदस्य देशो मे भारत, श्रीलका, मालदीव का विकास दर 1960 के पश्चात बढा है। किन्तु पाकिस्तान का विकास दर 1960 के पश्चात घटा है। नेपाल, बागलादेश एव भूटान का विकास दर मिश्रित प्रवृत्ति वाला है। यह तालिका 8.2 से सुस्पष्ट है–

तालिका 82
सार्क के सदस्य देशों का औसत वार्षिक विकास दर, 2000 से पूर्व

सार्क के सदस्य देश	औसत वार्षिक विकास दर (%) मे			
	1960–81	1965–86	1996–97	1997–98
नेपाल	00	19	00	–01
बागलादेश	03	04	37	34
भारत	14	18	32	42
भूटान	01	—	28	—
पाकिस्तान	28	24	00	25
श्रीलका	25	29	58	—
मालदीव	14	18	33	—
सयुक्तराष्ट्र	23	16	29	37

स्त्रोत डेवलपमेट रिपोर्ट, 1983, 87, 88 1998–99, 1999–2000 2000–2001

किसी अर्थव्यवस्था में आर्थिक निष्पादन की दृष्टि से विदेशी व्यापार का विशेष महत्व है। इससे विश्व की अर्थव्यवस्थाओ मे सार्वभौमिकरण (वैश्वीकरण) को प्रोत्साहन मिलता है। आर्थिक निष्पादन की दृष्टि से एशिया मे 1999 के अद्यतन उपलब्ध समको के अनुसार 'तीव्र विकास (चीन को छोडकर) दर्ज किया गया है। पश्चिमी एशिया मे विकास 'ठहराव' तथा दक्षिण एशिया मे तीव्र आर्थिक विकास जैसी दशाए उभरी हैं। ट्रेड एण्ड डेवलपमेट रिपोर्ट 2000 के अनुसार 1999 मे दक्षिण एशिया के 'सार्क' देशों मे मिश्रित विकास की प्रवृत्ति देखने को मिली है, जो तालिका 83 से सुस्पष्ट है।

भारतीय अर्थव्यवस्था मे सकल घरेलू उत्पाद मे वृद्धि 45% से बढकर 68% हुई है, जिससे भारतीय अर्थव्यवस्था की क्रियाशीलता और स्थायी विकास*[1] का पता चलता है। इसी अवधि मे

*1. Steady Growth

तालिका 8.3
दक्षिण एशियाई सार्क देशों का विकास (1990–99)

(प्रतिशत परिवर्तन)

क्षेत्र/देश	1990–95	1995–96	1996–97	1997–98	1998–99
दक्षिण एशिया	45	65	51	45	60
बागलादेश	44	51	53	47	43
भारत	45	71	58	47	68
नेपाल	52	40	19	40	50
पाकिस्तान	48	50	12	33	31
श्रीलका	54	38	64	47	40

स्त्रोत ट्रेड एड डेवलपमेट रिपोर्ट–2000

नोट प्रस्तुत रिपोर्ट में भूटान एव मालदीव के समक उपलब्ध नहीं है।

बागलादेश, पाकिस्तान, नेपाल और श्रीलका के सकल घरेलू उत्पाद मे कमी की प्रवृत्ति दृष्टिगोचर हुई है। भारत एव अन्य सार्क देशो मे प्राप्त इस विकास प्रवृत्ति के अनेक कारण उत्तरदायी रहे हैं। जैसे– जलवायु एव राजनीतिक दशाए, घरेलू आर्थिक नीति एव सरचनात्मक समस्याए आदि। समग्र से भारत एव पाकिस्तान सम्बन्धो को छोडकर दक्षिण एशियाई सार्क देशो मे विकास के बाहरी निर्धारक तत्व अनुकूल रहे हैं।

सार्क के सदस्य देशो मे क्षेत्रवार विकास निष्पादन पर प्रकाश तालिका 8 4 से पडता है। प्रस्तुत तालिका 8 4 इन अर्थव्यवस्थाओ के कृषि क्षेत्र, उद्योग क्षेत्र, तथा सेवाक्षेत्र के औसत वार्षिक विकास दर को प्रतिशत मे व्यक्त करता है।

तालिका 8.4 को देखने से स्पष्ट है कि औसत वार्षिक विकास की दृष्टि से कृषि क्षेत्र मे भारत मे वृद्धि तथा नेपाल, बागलादेश, पाकिस्तान, श्रीलका मे कमी आयी है। उद्योग क्षेत्र मे बागलादेश, श्रीलका मे वृद्धि तथा नेपाल, पाकिस्तान मे कमी प्राप्त हुई है। भारत मे औद्योगिक विकास दर में 1980–90 की अवधि मे 7% की वृद्धि हुयी है। किन्तु इसमे ह्रास के लक्षण स्पष्ट रूप से दिखायी पडते हैं। सेवा क्षेत्र मे नेपाल, बांगलादेश, भारत तथा श्रीलका में वृद्धि तथा पाकिस्तान में कमी प्राप्त है। वस्तुओ तथा सेवाओ के निर्यात की दृष्टि से नेपाल, बांगलादेश,

तालिका 8.4
सार्क के सदस्य देशों का क्षेत्रवार विकास दर 2000 से पूर्व

(प्रतिशत मे)

अर्थ व्यवस्था	औसत वार्षिक विकास दर (%) मे							
	कृषि	क्षेत्र	उद्योग	क्षेत्र	सेवा	क्षेत्र	वस्तुओ एव सवाओ का निर्यात	
	1980—90	1990—98	1980—90	1990—98	1980—90	1990—98	1980—90	1990—98
नेपाल	40	23	87	73	39	96	39	168
बागलादेश	27	15	49	70	50	52	77	137
भारत	31	34	70	67	69	79	59	124
भूटान	—	—	—	—	—	—	—	—
पाकिस्तान	43	38	73	50	68	46	84	32
श्रीलका	22	15	46	65	47	63	49	90
मालदीव	—	—	—	—	—	—	—	—
सयुक्त राष्ट्र	—	20	—	43	—	19	47	81

स्त्रोत वर्ल्ड डेवलपमेंट रिपोर्ट 1999—2000 2000—2001

भारत, तथा श्रीलका का औसत वार्षिक विकासदर का प्रतिशत 1980 के पश्चात अधिक रहा है, जबकि पाकिस्तान मे वस्तुओ एव सेवाओ के निर्यात व्यापार का वार्षिक विकास दर घट गया है।

ट्रेड एड डेवलपमेट रिपोर्ट 2000 के अनुसार 1998 के पश्चात भारत मे उद्योग एव सेवा क्षेत्र मे तीव्र विकास दर को प्राप्त किया गया है। 1998 के पश्चात भारत मे कृषि क्षेत्र का विकास निष्पादन अपेक्षाकृत कम रहा है। कृषि क्षेत्र का विकास निष्पादन 1998 मे 82% था जो 1999 मे मानसून, चक्रवात[3] आदि कारणो से घटकर 7.2% रह गया है। पाकिस्तान मे व्यापार एव विकास में वृद्धि न होने का प्रमुख कारण राजनीतिक अस्थिरता, भुगतान सन्तुलन की समस्याये तथा समष्टि आर्थिक असन्तुलन का पाया जाना रहा है। बांगलादेश मे अल्प विकास के कारणो में प्रमुख कारण रहे हैं— राजनीतिक अस्थिरता एवं निर्माण उद्योगों का बुरी तरह से बाढ की चपेट में आ जाना। श्रीलका में न्यून विकास का कारण रहा है औद्योगिक उत्पादन मे गिरावट की

प्रवृत्ति। भारत–श्रीलका द्विपक्षीय व्यापार के मध्य न्यून विकास का मुख्य कारण राजकोषीय असन्तुलन का निरन्तर बने रहना रहा है।[4]

किसी देश का आर्थिक विकास स्वस्थ मानव के वगैर अधूरा है।[5] इस दृष्टि से शिशु मृत्यु दर तथा जन्म के समय जीवन–प्रत्याशा के समको का तुलनात्मक विश्लेषण सार्क के सदस्य देशो के मध्य करना उपयुक्त होगा। तालिका 85 'सार्क' के सदस्य देशो मे शिशु मृत्यु दर एव जीवन–प्रत्याशा को व्यक्त करता है। तालिका 85 के विश्लेषण से यह स्पष्ट होता है कि–

1 सभी 'सार्क' देशो मे शिशु मृत्यु दर मे कमी आयी है तथा जीवन प्रत्याशा मे वृद्धि हुई है। ये लक्षण विकास के शुभ सकेतक हैं।

2 यहि हम उच्च आय वर्ग के सयुक्त राष्ट्र अमेरिका से 'सार्क' के सदस्य देशो की तुलना करे तो श्रीलका एव भारत मे शिशु मृत्यु दर घटाने के सार्थक प्रयासो का स्पष्ट सकेत प्राप्त होता है।

3 जीवन प्रत्याशा की दृष्टि से श्रीलंका का स्थान सर्वोच्च, मालदीव एव भारत का स्थान क्रमश दूसरे एव तीसरे क्रम पर है।

तालिका 85 की उक्त विवेचना से यह भी स्पष्ट होता है कि 'सार्क' के सभी सदस्य देशो मे भारत का न केवल व्यापारिक एव आर्थिक वर्चस्व है बल्कि मानव विकास की दृष्टि से भी भारत का वर्चस्व है। वाशिगटन से 18 दिसम्बर 2000 को जारी 'ग्लोबल ट्रेड्स–2015' नामक रिपोर्ट के अनुसार दक्षिण एशिया मे भारत का व्यापार एव आर्थिक वर्चस्व लगातार आगे बढ रही क्रियाशील अर्थव्यवस्था के कारण अगले 15 वर्ष मे और भी बढ जायेगा।

सार्क की उपलब्धियां*1

अभी तक सार्क की निम्न उपलब्धिया रही है–

1 साप्टा की स्थापना और उसके अतर्गत आयात पर मात्रात्मक नियत्रण, टैरिफ और गैर–टैरिफ रूकावटो को कम करके रियायते देना।

2. सार्क देशो के बीच विभिन्न क्षेत्रो मे आर्थिक सहयोग करने के लिए तकनीकी समिति स्थापित करना जैसे कृषि, सचार, शिक्षा और सस्कृति, पर्यावरण, स्वास्थ्य और

*1. Achievements of SAARC.

तालिका 8.5
मानव विकास के सकेतक : सार्क क्षेत्र, 2000 से पूर्व

देश	शिशु मृत्यु दर प्रति 1000		जीवन प्रत्याशा (वर्षो मे)					
	1980	1997	1981	1985	1986	1997		
						पुरूष	स्त्री	सयुक्त
नेपाल	180	117	45	47	47	58	57	—
बागलादेश	211	104	48	51	50	58	58	—
भारत	177	88	52	56	57	62	64	—
भूटान	—	—	43	44	45	—	—	61
पाकिस्तान	161	136	50	51	52	61	63	—
श्रीलका	48	19	69	70	70	71	75	—
मालदीव	—	—	47	53	54	—	—	67
सयुक्त राष्ट्र	15	—	76	75	75	73	79	—

स्त्रोत वर्ल्ड डेवलपमेट रिपोर्ट 1983, 87, 88, 1998–99 1999–2000, 2000–2001,

जनसख्या, ग्रामीण विकास, विज्ञान और प्रौद्योगिकी, पर्यटन, परिवहन आदि क्षेत्रो मे।

3 सार्क का उद्धेश्य वर्ष 2002 तक सदस्य देशो मे गरीबी उन्मूलन करना है, जिसके लिए एक कार्य–सूची*1 बनाई गई है। इसमे सामाजिक सग्रह करने की कूटनीति, विकेन्द्रीकृत कृषि विकास की नीति*2, छोटे पैमाने का श्रम–गहन औद्योगीकरण तथा मानव विकास पर बल दिया गया है। इस कार्य–सूची के अनुसार, प्रत्येक गरीब व्यक्ति के कार्य करने के अधिकार और प्राथमिक शिक्षा को प्राथमिकता दी गई है। सार्क देशो मे गरीबी को कम करने के लिए विश्व बैंक सयुक्तराष्ट्र विकास कार्यक्रम इस्कैप से भी सहयोग लिया जा रहा है। सार्क देशो के वित्त एव योजना मत्रियो ने एक तीन–श्रेणी तन्त्र स्थापित किया है जो गरीबी–उन्मूलन कार्यक्रमो को लागू करने मे अपने अनुभवो की सूचना सभी सदस्य देशो को देता है।

*1. Agenda
*2. Decentralised Agricultural Growth Policy

4 सार्क देशो मे आपातकाल के लिए खाद्यान्न के एक सुरक्षित भण्डार का प्रबध किया गया है। जिसका आकार 2, 41, 580 टन है। इसके सचालन के लिए एक सार्क खाद्य सुरक्षा रिजर्व बोर्ड है जिसमे प्रत्येक सदस्य देश का एक प्रतिनिधि है और इसकी हर वर्ष बैठक होती है। बोर्ड का मुख्य कार्य खाद्य समस्या का समय–समय पर पुनरीक्षण और मूल्याकन करना तथा क्षेत्र मे खाद्यान्न की सभावनाओ को देखना है जिनमे उत्पादन, उपभोग, व्यापार, कीमते गुणवत्ता और उनके भण्डारण जैसे घटक शामिल हैं।

5 सार्क ने 1988 मे सार्क कृषि सूचना केन्द्र*1 स्थापित किया जो सदस्य देशो के लिए कृषि से सबधित क्षेत्रीय सूचना की सस्था का कार्य करता है। इसके सभी सात देशो मे राष्ट्रीय सूचना केन्द्र हैं, जो क्षेत्रीय स्तर पर कृषि अनुसधान और विकास क्रियाओ से सबद्ध तकनीकी सूचनाओ का आदान–प्रदान करते हैं। सार्क कृषि केन्द्र समय–समय पर सार्क देशों मे कृषि सस्थाओ द्वारा कृषि सम्बन्धी किए जा रहे अनुसधान और प्रयोगो की सूचनाए प्रकाशित करता है। यह एक त्रैमासिक सूचना–पत्र भी प्रकाशित करता है।

6 वर्ष 1992 मे सार्क वाणिज्य और उद्योग मण्डल*2 की स्थापना की गई है जिसका मुख्यालय कराची मे है और इसकी राष्ट्रीय इकाइया सात सार्क देशो मे है। इसका मुख्य उद्देश्य व्यापार और आर्थिक सबधो के क्षेत्रो मे सार्क देशो के बीच सहयोग और व्यापार बढाना है। इसका कार्य सातो देशो के वाणिज्य और उद्योग मण्डलो के बीच तालमेल स्थापित करना तथा विश्व के अन्य देशो और सगठनो के साथ सार्क का व्यापार बढाने के लिए विचार–विमर्श करना है।

7 सदस्य देशो की वित्तीय कठिनाइया दूर करने हेतु सार्क ने दो कोषो की स्थापना की है। ये हैं– सार्क–जापान विशेष कोष और दक्षिण एशियाई विकास कोष*3।

8 सार्क के कार्य के एकीकृत प्रोग्राम*4 मे तेरह क्षेत्रो मे सहयोग के कार्यक्रम अपनाये गये हैं। ये हैं– कृषि, शिक्षा, स्वास्थ्य और जनसख्या गतिविधियो, अतरिक्ष विज्ञान, डाक

*1. SAARC Agricultural Information Centre- SAIC.
*2. SAARC Chamber of Commerce and Industry- SCCI.
*3. South Asian Development Fund-SADF
*4. Integrated Porgramme of Action-IPA.

सेवाए, नशीले पदार्थो के व्यापार की रोकथाम, ग्रामीण विकास, विज्ञान और तकनीकी, खेल, कला और सस्कृति, तार एव सदेश वाहन, पर्यटन, यातायात और विकास मे महिलाये।

सार्क की स्थापना को एक महान सफलता कहा गया था। भारत के प्रधानमन्त्री राजीव गॉधी ने प्रथम सार्क शिखर सम्मेलन को एक नये सवेरे का साक्षी कहा। पाकिस्तान के राष्ट्रपति जिया–उल–हक ने इसे एक "युग प्रवर्तक घटना" कहा। यह कहा गया कि सार्क प्रादेशिक सहयोग मे विश्वास की पुष्टि की एक अभिव्यक्ति है। इसमे सन्देह नही कि दक्षिणी एशिया के देशो मे विवादो और अविश्वास की एक लम्बी परम्परा है। इन विवादो और सन्देहो के रहते उस राजनीतिक इच्छा का उदय नहीं हो सकता जो सार्क की सफलता के लिए आवश्यक है। इसमे सन्देह नहीं कि सार्क एक बहुत सफल सस्था सिद्ध नही हुई है। अनेक बार सदस्य देशो ने विशेष रूप से पाकिस्तान और श्रीलका ने सार्क की बैठको मे द्विपक्षीय विवादो को उठाने की कोशिश की है जिसका भारत ने कडा विरोध किया है।

अपनी स्थापना के डेढ दशक मे ही सार्क ने अनेक उपलब्धियॉ प्राप्त कर ली हैं, जिनका उल्लेख ऊपर किया जा चुका है। परन्तु सार्क का अन्तिम उद्धेश्य 'साफ्टा' तक पहुॅचना है जिसे वास्तविक बनाने के लिए सदस्य देशो के बीच परस्पर विश्वास की भावना होनी आवश्यक है। इसके लिए राजनीतिक स्तर पर सार्क देशो को वातावरण मे सुधारना तथा और अधिक सहयोग करना होगा।

क्षेत्रीय व्यापार गुटों में सार्क की स्थिति

अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार मे सार्क क्षेत्र का निर्यात एव आयात–व्यापार मे भागीदारी लगभग 1 प्रतिशत है। यह निष्कर्ष हमे 15 व्यापारिक गुटो के सापेक्ष प्राप्त हुआ है। किन्तु इनमे सार्क की स्थिति दक्षिण अफ्रीकी कस्टम सघ (साकु), केन्द्रीय अफ्रीकी देशो के आर्थिक समुदाय (एक्कास), अफ्रीकी देशो के आर्थिक समुदाय (सीओ), पश्चिमी अफ्रीकी राज्यो के आर्थिक समुदाय (इकोवास), केन्द्रीय अमेरिकी साझा बाजार (सीएसी.एम) जैसे क्षेत्रीय व्यापारिक गुटो से बेहतर है। इसका अर्थ यह भी है कि विदेशी व्यापार के सन्दर्भ मे सार्क क्षेत्र का निष्पादन विकासोन्मुखी है। इसके अतिरिक्त, यदि हम सार्क क्षेत्र के आर्थिक संरचना वाले पहलू पर प्रकाश डाले तो हमे

पता चलता है कि 'सार्क' के सदस्य देशो की अर्थव्यवस्थाओ मे विदेशी व्यापार एव आर्थिक सहयोग का महत्व बढा है तथा व्यापार मे सरचनात्मक परिवर्तन भी हुए है।

8.2 बहुपक्षीय व्यापार प्रवृत्तियां

बहुपक्षीय व्यापार प्रवृत्तियो से हमे यह निष्कर्ष प्राप्त हुआ है कि सार्क क्षेत्र की अर्थव्यवस्थाए पूर्ण रूपेण परस्पर सहयोग एव व्यापार पर आधारित हैं। इन अर्थव्यवस्थाओ से हमे प्रगति के सकेत मिलते है। इनमे भारत की स्थिति व्यापार एव बाजार की दृष्टि से बेहतर है किन्तु जनसख्या के भारी दबाव के फलस्वरूप सकल घरेलू उत्पाद (जी डी पी) के अधिक होते हुए भी भारत का प्रति व्यक्ति निर्यात–निष्पादन कम है। बहुपक्षीय व्यापार प्रवृत्तियो के विश्लेषण से हमे यह भी निष्कर्ष प्राप्त होता है कि श्रीलका निर्यात मूलक अर्थव्यवस्था वाला देश है।

सार्क क्षेत्र मे निर्यात व्यापार मे वृद्धि अधिक तेजी से हुई है जबकि आयातो मे कमी आयी है। ये देश अधिक निर्यात की भरपाई आयात–वृद्धि द्वारा न करके वित्तीय भुगतान द्वारा करने की स्थिति मे आ चुके है। भारत का निर्यात व्यापार मे भी वर्चस्व है और कुछेक वस्तुओ एव सेवाओ को छोड कर लगभग सभी क्षेत्रो मे यह निर्यात करता है।

भारत का सर्वाधिक निर्यात ओ0 ई0 सी0 गुट तथा सबसे कम निर्यात व्यापार सी0 आई0 एस0 गुट (स्वतत्र राज्यो का कामनवेल्थ गुट) से होता। ओ0 ई0 सी0 डी0 गुट के अन्तर्गत आने वाले प्रमुख देश हैं– बेल्जियम, फ्रास, जर्मनी, अमेरिका एव जापान। ये देश यूरोपीय सघ मे सम्मिलित है जो क्षेत्रीय व्यापारिक गुट का एक महत्वपूर्ण उदाहरण है। भारत का निर्यात व्यापार यूरोपीय सघ के बाद तेल निर्यातक देशो के सगठन (ओपेक) से है। किन्तु हाल के वर्षो मे विकासशील देशो की भागीदारी को भारत के विदेशी व्यापार के सदर्भ मे अधिक महत्वपूर्ण माना जा रहा है। एशियन डेवलपमेट आउटलुक 2000 के अनुसार ऐसी आशका व्यक्त की गई है कि विश्व मंच पर उद्योग और व्यापार मे अक्टूबर 1998 से सुस्ती का दौर आरम्भ हो चुका है। विश्व के अनेक देश इसका हल ढूढने में लगे हैं और अपने प्रयास मे उनका कदम वैश्वीकरण अथवा सार्वभौमिकरण की ओर उठता है। किन्तु इसके पीछे मूल कारण अपनी उत्पादित वस्तुओ की मॉग मे वृद्धि तथा विक्रय बाजार की तलाश करना है। दक्षिण एशियाई सार्क क्षेत्र इस सदर्भ मे उनके लिए महत्वपूर्ण बन गया है। इसका मुख्य कारण एशियाई क्षेत्र मे सकल घरेलू उत्पाद

(जीडीपी) का 23% (1998) से 1999 मे 62% होना है। इनमे दक्षिण एशियाई क्षेत्र, जिसमे सार्क के सदस्य देश आते है, का औसत निष्पादन 1999 मे 44 प्रतिशत था जो 2000 के प्रारम्भ मे 57 प्रतिशत हो गया है।

एशियन डेवलपमेट आउटलुक–2000 का ऐसा अनुमान है कि दक्षिण एशियाई सार्क क्षेत्र मे सवृद्धि का यह निष्पादन 2000–2001 मे 6% हो जायेगा। दक्षिण एशियाई देशो के प्रयासो का प्रत्यक्ष प्रमाण 'सार्क' का 'साप्टा' तक का सफर है जो शीघ्र ही 'साफ्टा' के रूप मे प्राप्त होगा, ऐसी उम्मीद है।

भारत का बहुपक्षीय व्यापार

सार्क के सदस्य देशो मे बहुपक्षीय व्यापार के अन्तर्गत भारत का निर्यात व्यापार आयात–व्यापार की तुलना मे अधिक रहा है। यह निष्कर्ष हमे सार्क की स्थापना के पूर्व तथा बाद की अवधियो के प्रवृत्ति विश्लेषण से प्राप्त हुआ है। साराश यह है कि सार्क पूर्व अवधि मे भारत का सार्क देशो के साथ कुल व्यापार कम था किन्तु सार्क की स्थापना के बाद भारत का सार्क देशो के साथ बहुपक्षीय व्यापार बढा है तथा विश्व मच पर अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार मे भारत की भागीदारी घट गयी है। इस तरह का निष्कर्ष हमे अपने विश्लेषण मे प्राप्त हुआ है क्योकि 1985 जो कि सार्क की स्थापना का वर्ष है, की तुलना मे 1995 मे भारत का बहुपक्षीय विदेशी व्यापार सार्क के सदस्य देशो के बीच 355% से बढ गया है जबकि विश्व व्यापार मे भारत की यह भागीदारी 181% ही बढ पायी है। ब्रहुपक्षीय व्यापार के सन्दर्भ मे 1995 के बाद के प्रवृत्ति विश्लेषण*[1] से निम्न तथ्यो पर प्रकाश पडता है–

1 सार्क क्षेत्र मे भारत एक प्रमुख निर्यातक देश रहा है।

2 सार्क देशो से विदेशी व्यापार सन्तुलन भारत के अनुकूल रहा है।

3 व्यापार की शर्त*[2] की दृष्टि से भी भारत का निर्यात निष्पादन*[3] बेहतर है। यह 1980–81 के बाद लगातार बढा है।

*1. Trend Analysis
*2. Terms of Trade
*3. Export performance

4 भारत के विदेशी व्यापार का आकार (परिमाण) 1950–51 से 1960–61 की अवधि मे 45 3% बढा, 1960–61 से 1969–70 तक 69 7% 1970–71 से 1979–80 तक 391% 1980–81 से 1990–91 तक 293 3%, 1990–91 से 1996–97 तक 340% तथा 1999–2000 तक 1530% बढा है।

5 1950 के दशक मे भारत के विदेशी व्यापार का मूल्य धीमी गति से बढा। निर्यात लगभग स्थिर और परम्परागत प्राथमिक वस्तुओ तक ही सीमित रहे।

6 वैश्वीकरण अथवा उदारीकरण की नीति*1 के प्रारभ से भारत के निर्यात मे अभूतपूर्व वृद्धि हुई है। यह 1991–92 मे 35 3%, 1992–93 मे 21 9%, 1993–94 मे 29 4% तथा 1995–96 मे 28 6% तथा 1992–99 के दौरान बढकर 27 8 प्रतिशत हो गया।

7 भविष्य मे निर्यात सम्भावनाओ की दृष्टि से सर्वाधिक महत्वपूर्ण तथ्य यह है कि भारत की निर्यात आय में विकासशील देशो के हिस्से मे वृद्धि हो रही है। 1987–91 की अवधि मे विकासशील देशो का भारत की निर्यात आय मे हिस्सा औसतन 16 0% था जो 1992–99 की अवधि मे बढकर 27 8% हो गया है। कुछ एशियाई देशो जैसे श्रीलका, बागलादेश, हॉगकाग, मलेशिया, सिगापुर तथा थाईलैंड के निर्यातो मे उत्साहजनक वृद्धि हुई।[6]

8 जहॉ तक वस्तु अनुसार विभिन्न देशो के निर्यातो का सबध है 1987–91 से 1992–99 की अवधियो के दौरान अमेरिका का महत्व काफी, तम्बाकू, मसाले, काजू, चमडा तथा चमडे से निर्मित पदार्थ, इजीनियरिंग वस्तुए, सिले–सिलाए वस्त्रो, गलीचों जैसी वस्तुओ के लिए बढा है। विकासशील देशो के सदर्भ मे सयुक्त अरब अमीरात को अनेक भारतीय वस्तुओ का निर्यात बढा है जिनमे चाय, मसाले, समुद्री उत्पाद,*2 इजीनियरिंग वस्तुए तथा रेडीमेड वस्त्र सम्मिलित हैं।[7]

9 नब्बे के दशक मे चीन का महत्व समुद्री उत्पादो तथा कच्चे लोहे के लिए दक्षिण कोरिया तथा इंडोनेशिया का महत्व खली के लिए, ईरान का महत्व कच्चे लोहे के लिए तथा

*1 Policy of Libralisation
*2 MARINE PRODUCTS.

सउदी सऊदी अरब, दक्षिण अफ्रीका तथा सार्क के सदस्य बागलादेश का महत्व चावल के लिए बढा है।[8]

10 जहॉ तक आयातो की दिशा मे परिवर्तन का सबध है भारत के आयातो मे विकासशील देशो के महत्व मे तेजी से वृद्धि आयी है जबकि औद्योगिक देशो का महत्व कम हुआ है।[9]

भारत के विदेशी व्यापार की सरचना एव दिशा के विश्लेषण से पता चलता है कि भारत ने भौगोलिक दृष्टि से अपने व्यापार–सम्बन्ध बहुत बढा लिए हैं। इसके निर्यात के स्त्रोत बढ गये है तथा आयात के विविध स्त्रोत बने हैं। इस प्रकार भारत ने निर्यात एव आयात व्यापार के सम्बन्ध मे कुछ देशो पर निर्भर रहने से छुटकारा पा लिया है और वास्तव मे बहुपक्षीय (बहुमुखी) व्यापार मे प्रवेश कर लिया है।

भारत का क्षेत्रीय सगठनों से बहुपक्षीय व्यापार

भारत के बहुपक्षीय व्यापार का उल्लेख क्षेत्रीय सगठनो के सदर्भ मे करने से यह पता चलता है कि–

1 भारत का विदेशी व्यापार नब्बे के दशक में आसियान, कामन वेल्थ स्वतत्र राज्यों (सीआईएस), यूरोपीय सघ, लैटिन अमेरिकी सहयोग सगठन (लैया), उत्तरी अमेरिका मुक्त व्यापार क्षेत्र (नाफ्टा), आर्थिक सहयोग एव विकास का सगठन (आईसीडी), पेट्रोलियम निर्यातक देशो का सगठन (ओपेक) तथा दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन (दक्षेस अथवा सार्क) से हुआ है।

2 भारत का 1999–2000 मे सर्वाधिक निर्यात व्यापार ओईसीडी गुट से तथा सबसे कम निर्यात एव आयात व्यापार सीआईएस गुट से हुआ है।

3 भारत का 1999–2000 में सर्वाधिक आयात व्यापार ओई.सीडी गुट से तथा सबसे कम आयात व्यापार 'सार्क' क्षेत्र से हुआ है।

4 भारत का सार्क से बहुपक्षीय निर्यात व्यापार अधिक किन्तु आयात–व्यापार कम रहा है।

5 भारत का 'सार्क' पूर्व अवधि 1975 मे सार्क क्षेत्र मे निर्यात–व्यापार 161 मिलियन डालर था, यह सार्क पश्चात अवधि 1995 मे बढकर 1532 मिलियन डालर के बराबर हुआ है।

अथवा अन्तर्क्षेत्रीय व्यापार कहलाएगा जिसे प्रसिद्ध अर्थशास्त्री बर्टिल ओहलिन ने अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार की एक विशिष्ट दशा कहा है।

अन्तर्राष्ट्रीय–व्यापार या तो दो देशो मे पारस्परिक विनिमय के आधार पर हो सकता है अथवा एक राष्ट्र अनेक देशो अथवा क्षेत्रो के मध्य व्यापार कर सकता है। प्रारम्भ मे व्यापार बहुपक्षीय प्रणाली के आधार पर ही होता था किन्तु बाद मे विश्व मच पर द्विपक्षीय व्यापार प्रणाली भी प्रचलन मे आ गयी। जहॉ बहुपक्षीय व्यापार प्रणाली के अन्तर्गत एक सप्रभुता सम्पन्न राष्ट्र विश्व के विभिन्न राष्ट्रो एव क्षेत्रीय व्यापारिक गुटो के साथ अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार करता है, द्विपक्षीय बाजार प्रणाली के अन्तर्गत व्यापार करने वाले दो देशो मे आयात–निर्यात पारस्परिक समझौते के आधार पर किया जाता है। बहुपक्षीय व्यापार मे एक देश किसी विशिष्ट देश के साथ व्यापार करने के लिए बाध्य नही होता बल्कि मुख्यरूप से वह किसी भी देश अथवा क्षेत्रीय व्यापारिक गुट के साथ व्यापार कर सकता है। द्विपक्षीय व्यापार का प्रचलन हाल के वर्षो मे हुआ है। इस नयी व्यवस्था के अन्तर्गत दो देशो मे इस बात का पहले समझौता होता है कि किन वस्तुओ का कितनी मात्रा मे एव किस मूल्य पर निर्यात किया जाएगा। वस्तुओ का आयात करने के बाद आयात करने वाला देश अपनी ही मुद्रा मे निर्यातक देश का भुगतान करता है। इसमे भुगतान के लिए विदेशी मुद्रा की समस्या पैदा नहीं होती और विनिमय नियन्त्रक अधिकारियो की स्वीकृति के पश्चात भुगतान करना सरल होता है।

'सार्क' क्षेत्रीय आर्थिक सहयोग का वह मच है जिसकी परिधि मे द्विपक्षीय व्यापार की प्रबल सम्भावनाए विद्यमान है। इसके अतिरिक्त, सार्क के सदस्य देशो मे जनसख्या, भूमि क्षेत्रफल, प्राकृतिक ससाधन, सकल घरेलू उत्पाद आदि दृष्टियो से भारत का वर्चस्व है, जिसे राजनीतिज्ञ चौधराहट की सज्ञा देते हैं। दूसरे शब्दो मे विश्व के मच पर जो स्थान सयुक्त राष्ट्र अमेरिका का है, सार्क जैसे विकासशील मच पर वही स्थान भारत का माना जा सकता है।

भारत का सार्क देशों से विदेशी व्यापार का स्वरूप वर्तमान समय में दो रूपों से प्राप्त है–

1 भारत का सार्क देशों से बहुपक्षीय व्यापार, जिसकी व्याख्या पहले किया जा चुका है, तथा

2 भारत का सार्क देशो से द्विपक्षीय व्यापार। इस तरह की व्यापार प्रणाली के अन्तर्गत सार्क क्षेत्र मे भारत का नेपाल से व्यापार, भारत का बागला देश से व्यापार, भारत का

श्रीलका से व्यापार, भारत का पाकिस्तान से व्यापार भारत का मालदीव से व्यापार तथा भारत का भूटान से व्यापार सम्मिलित है। भारत का सार्क क्षेत्र मे सदस्य देशो के साथ द्विपक्षीय व्यापार के लिए वस्तुसमूह का उल्लेख अग्रवाल एव पाडेय (1992) के अध्ययन से हमे प्राप्त है। इस अध्ययन से हमे पता चलता है कि भारत का द्विपक्षीय व्यापार मे प्राय सभी तरह की वस्तुओ का समावेश है। यह व्यापार खाद्य पदार्थो, कृषि उपयोगी वस्तुओ, अन्य निर्मित वस्तुओ, ईधन, रासायनिक वस्तुए, मशीनरी और उपकरण के रूप मे सम्पादित होता है जिसका उल्लेख पिछले अध्याय–6 मे किया जा चुका है।

भारत–नेपाल व्यापार

'सार्क' की स्थापना के पश्चात भारत का सार्क क्षेत्र मे द्विपक्षीय व्यापार बढा है। भारत से नेपाल को किया गया निर्यात 90 के दशक से ही वर्द्धमान रहा है। इसमे 20वीं शदी के आरभ से तेजी आयी है। भारत–नेपाल व्यापार समबन्ध को मजबूत बनाने के लिए नेपाल के प्रधानमन्त्री जी0पी0 कोइराला 31 जुलाई 2000 से एक सप्ताह भारत यात्रा पर रहे। इस दौरान दोनो देशो के बीच हाल मे उत्पन्न हुए विवादो को दूर करने और द्विपक्षीय रिश्तो को सहयोग के नये मार्ग पर ले जाने की दृष्टि से श्री कोइराला की यह मात्रा महत्वपूर्ण रही है। नेपाल मे आई एसआई द्वारा सचालित गतिविधियो, जलससाधन के सयुक्त दोहन के उपाय, विमान अपहरण के बाद सुरक्षा के मुद्दे का हल, 1951 किमी लम्बी सीमा पर सीमा निर्धारण को लेकर विवाद तथा नेपाल में भूटान के शरणार्थियो की समस्या आदि को लेकर दोनों देशो के शीर्ष नेताओं के बीच समाधान खोजने के उद्धेश्य से वार्ताए हुई। इस यात्रा की प्रमुख उपलब्धियां निम्नवत हैं–

1 भारत नेपाल सन्धि, 1950 और व्यापार एव पारगमन समझौते पर विचार किया गया।

2. भारत–नेपाल से होने वाले आयात पर लगाया गया 4% अतिरिक्त शुल्क खत्म कर देगा, बदले में नेपाल भारत से कारों का आयात निर्वाध रूप से होने देगा तथा दूसरे देशो के 'एक्रीलिक यार्न' से भारतीय बाजार को पाटने का प्रयास नहीं करेगा।

हाल के वर्षो में भारत–नेपाल के बीच 2844 करोड रूपये का द्विपक्षीय व्यापार हुआ है जिसमे भारत का निर्यात 2026 करोड रूपये और नेपाल का निर्यात 818 करोड रूपये है। नेपाल को भारत मुख्यत जूट के सामान, दाल, टूथपेस्ट, पालियेस्टर धागा, चिकित्सकीय पौधे,

चमडा, इलायची, घी, अदरक आदि आयात करता है जबकि भारत नेपाल को मशीनी उपकरण, दवाए, परिवहन वाहन, इलेक्ट्रिकल वस्तुएँ, कपडा, बेबी फूड, कृषि उपकरण, तम्बाकू, कोयला, कागज, चीनी मसाले आदि निर्यात करता है।

भारत–नेपाल का सीमावर्ती व्यापार वैध कम और अवैध अधिक रहा है। यह चिन्ता का विषय है और इस पर नियन्त्रण बहुत आवश्यक है। इस सन्दर्भ मे दोनो की सरकारो द्वारा समय–समय पर अनेक उपाय भी किये गये है, जिनका उल्लेख पिछले अध्याय–6 मे किया जा चुका है। इनमे एक प्रमुख सुझाव यह है कि भारत नेपाल के मध्य व्यापारिक सम्बन्धो को बढाने के लिए दोनो देशो को सयुक्त प्रयास करने होगे। इन प्रयासो द्वारा सीमेट, कागज एव लुगदी उद्योग, डीजल पपिग सेट, लौह एव स्टील परियोजनाए सिथेटिक टेक्सटाइल्स, रेडीमेड गारमेट्स, दूर सचार के उपकरण, हाइड्रोइलेक्ट्रिक उपकरण, चिकित्सीय प्रदार्थ एव औषधिया, चमडे की वस्तुए आदि को सम्मिलित किया जाना चाहिए। इस तरह, भारत एव नेपाल के मध्य व्यापार की प्रबल सम्भावनाए विद्यमान हैं।

भारत–बांगलादेश व्यापार

द्विपक्षीय व्यापार की दृष्टि से भारत–बागलादेश विदेशी व्यापार भारत के अनुकूल है। भारत की विदेशी व्यापार प्रवृतियॉ नेपाल को छोडकर अन्य सार्क देशो से न्यून स्तर का है। भारत का बागला देश से विदेशी व्यापार प्रवृत्ति इसका अपवाद नहीं है।

भारत एव बागलादेश के मध्य सीमावर्ती क्षेत्रो से बडी मात्रा मे अवैध व्यापार किया जाता है। ये व्यापार दोनो देशों की अर्थव्यवस्थाओं में प्रतिकूल प्रभाव उत्पन्न करते हैं। यह दोनो देशों के मध्य बैध व्यापार की एक मुख्य बाधा है।

बांगलादेश भारत का एक पडोसी देश है जिसे विदेशी व्यापार मे प्राकृतिक लाभ प्राप्त है। किन्तु इस प्राकृतिक लाभ को भारत एव बांगलादेश पूरी तरह से नहीं उठा पा रहे हैं। इन देशों के मध्य द्विपक्षीय व्यापार में वृद्धि की प्रबल सम्भावनाए विद्यमान हैं जिनका लाभ दोनो देशों को अपनी व्यापारिक एवं विदेश नीतियो में उचित परिवर्तन द्वारा प्राप्त करना होगा।

भारत–श्रीलंका व्यापार

भारत श्रीलका द्विपक्षीय व्यापार के संदर्भ मे भारत लाभ में रहा है। और, श्रीलका

के 13 नवम्बर 2000 को कोलम्बो मे सम्पन्न हुए तीन दिवसीय सम्मेलन मे श्रीलका के विदेश मत्री लक्ष्मण कादिर कमर के वक्तव्य द्वारा होती है।[10]

भारत के पडोसी अन्य सार्क देशो की भॉति भारत श्रीलका के मध्य वैध व्यापार के अतिरिक्त अवैध व्यापार की मात्रा कम नही है। इस अवैध व्यापार से वस्तुओ और सेवाओ का व्यापार तथा पूजी का अतरण बडी मात्रा मे प्रभावित होता है। श्रवननाथन (1994) के अध्ययन के अनुसार–

1 भारत श्रीलका के मध्य द्विपक्षीय अवैध व्यापार की मात्रा बैध व्यापार की तुलना में अधिक है।

2 श्रीलका का भारत से वैध व्यापार घाटा भी अवैध व्यापार की तुलना मे अधिक है।

3 भारत से श्रीलका को तथा श्रीलका से भारत को वैध पूजी अतरण की तुलना मे अवैध पूजी अतरण की मात्रा अधिक रही है।

प्रस्तुत अध्ययन के अध्याय–6 के अनुसार यह भी कहा जा सकता है कि श्रीलका का भारत से अवैध व्यापार बहुत अधिक रहा है जबकि भारत का श्रीलका से अवैध व्यापार की मात्रा कम रही है।

श्रवननाथन् (1994) का अध्ययन भारत श्रीलका के मध्य "स्वतत्र–व्यापार नीति"*[1] का सुझाव देता है। इससे दोनो देशो के मध्य वैध द्विपक्षीय व्यापार को बढावा मिलेगा और सीमावर्ती अवैध व्यापार को रोका जा सकेगा।

भारत–पाकिस्तान व्यापार

पाकिस्तान भारत का सहोदर पडोसी देश है। भारत एव पाकिस्तान दोनो ही सार्क के सक्रिय सदस्य देश हैं किन्तु आपसी मतभेद से दोनो देशों के मध्य द्विपक्षीय व्यापार सदैव बाधा युक्त रहा है। अध्याय–6 में किये गए विश्लेषण से हमें यह निष्कर्ष प्राप्त होता है कि सार्क–पूर्व अवधि मे पाकिस्तान–भारत–व्यापार में भारत की भागीदारी अधिक थी किन्तु सार्क पश्चात अवधि में इस भागीदारी में कमी आयी है। भारत का पाकिस्तान को निर्यात न के बराबर रहा है जबकि भारत ने पाकिस्तान से आयात–व्यापार किये हैं।

*1. Free Trade Policy.

अप्रैल 1993 के सातवे ढाका शिखर सम्मेलन मे भारत और पाकिस्तान के गम्भीर द्विपक्षीय विवादो के बावजूद एक दक्षिणी एशिया प्राथमिकता व्यापार व्यवस्था अथवा 'साप्टा' पर हस्ताक्षर किये गये। इसके अतिरिक्त, भारत एव पाकिस्तान के उद्योगपतियो ने द्विपक्षीय व्यापार को बढाने की दशा मे 10 अप्रैल 1999 को "इडो–पाक चैबर आफ कामर्स एड इडस्ट्री" की स्थापना द्वारा दोनो के मध्य बाधित व्यापार को नयी गति देने का प्रयास किया गया।

अभी हाल मे 23 फरवरी 2001 को श्रीलका की राष्ट्रपति 'चद्रिका कुमार तुग' ने भारत के प्रधानमन्त्री अटल बिहारी बाजपेयी के साथ हुई वार्ता के दौरान दक्षिण एशिया के हित मे सार्क (दक्षेस) का सम्मेलन बुलाये जाने की आवश्यकता को रेखाकित किया है।[11] यह सम्मेलन 1999 मे नेपाल की राजधानी काठमाडू मे होने वाला था, लेकिन भारत द्वारा उसमे पाकिस्तान के सैन्य शासन के भाग लेने पर कडी आपत्ति जताने पर उसे निरस्त कर दिया गया। भारत द्वारा सार्क की स्थायी समिति की बैठक आयोजित करने पर सहमति जताने के फलस्वरूप भारत और पाकिस्तान के बीच द्विपक्षीय वार्ता एव व्यापार की सम्भावना बढी है।[12]

भारत–मालदीव व्यापार

भारत–मालदीव द्विपक्षीय व्यापार प्रवृत्तियो मे मालदीव का भारत को निर्यात 'नगण्य' कहा जा सकता है किन्तु भारत का मालदीव को निर्यात व्यापार की प्रवृत्ति अच्छी रही है। निष्कर्ष रूप मे यह भी कहा जा सकता है कि भारत–मालदीव व्यापार सम्बन्ध नेपाल, बागलादेश, एव श्रीलका जैसे देशो की तुलना मे बेहतर नहीं है। इसका प्रमुख कारण मालदीव का एक छोटा राष्ट्र होना है जिसमें मछली–निर्यात एवं पर्यटन उद्योग की प्रधानता है।

भारत–भूटान व्यापार

भारत–भूटान द्विपक्षीय व्यापार–प्रवृत्ति को भी बेहतर नहीं कहा जा सकता। भूटान भारत से व्यापार न करने की मनोवृत्ति वाला देश है। इसका प्रमुख कारण उसकी सामरिक एव राजनीतिक स्थितियाँ कही जा सकती हैं।

सार्क का भविष्य एवं भारत की भूमिका

सार्क के सदस्य देशों मध्य भारत के द्विपक्षीय व्यापार की महत्वपूर्ण भूमिका रही है। भारतीय अर्थव्यवस्था एक विकासशील किन्तु वृहद बाजार अर्थव्यवस्था*1 है जो सार्क के अन्य

*1 Vast Market Economy.

सदस्य देशो की निर्यात–आवश्यकताओ को अपने मे खपाने की क्षमता रखती है। इस तरह, सार्क के अन्य सदस्य देशो से भारत द्वारा किए गए आयात को भारत की घरेलू अर्थव्यवस्था की मॉग के अनुरूप ढाला जा सकता है। यद्यपि भारत को स्वय इन वस्तुओ के आयात की आवश्यकता नही है किन्तु बडे एव विस्तृत बाजार के कारण भारत मे इन आयात–वस्तुओ का उपभोग किया जा सकता है। इससे निम्न निष्कर्षो पर भी प्रकाश पडता है–

1 भारत एक आत्म निर्भर देश है। इसका सार्क क्षेत्र मे राजनीतिक एव आर्थिक वर्चस्व है।

2 भारतीय अर्थव्यवस्था मे वृहद् बाजार अर्थव्यवस्था के गुण मौजूद होने से अन्य सार्क देशो की निर्यात–वस्तुओ की खपत आसानी से की जा सकती है।

3 सार्क के सदस्य देशो के सयुक्त प्रयास एव सहयोग से दक्षिण एशियाई प्रदेश अथवा सार्क क्षेत्र मे न केवल वस्तुओ एव सेवाओ के व्यापार–विस्तार मे मदद मिलेगी बल्कि सामाजिक सास्कृतिक सहयोग को भी प्रोत्साहन मिलेगा।

4 सार्क क्षेत्र मे मुक्त व्यापार*[1] को प्रोत्साहित करना होगा। इससे सीमावर्ती अवैध व्यापार प्रवृत्तियो को रोकने मे मदद मिलेगी।

5 द्विपक्षीय व्यापार के सम्बन्ध मे भारत को नेपाल, बागलादेश, श्रीलका, पाकिस्तान से सीमावर्ती व्यापार को उदार को बनाना होगा। इसके लिए व्यापार को 'रियायती एव प्रोत्स।हन मूलक' बनाना होगा। इससे सार्क के अन्त क्षेत्रीय व्यापार को बढावा मिलेगा जो भविष्य मे सार्क क्षेत्र को एक स्वतत्र व्यापार क्षेत्र अर्थात 'साफटा' के रूप मे विकसित करने में सहायक होगा।

8.4 विकास–परिदृश्य*[2]

भारत, का सार्क देशों से विदेशी व्यापार विकास[13] को उत्प्रेरित करता है। विकास की यह प्रेरणा **"टु एण्ड फ्रो" प्रणाली***[3] पर आधारित है। इस प्रणाली के अन्तर्गत न केवल भारत को ही अकेले लाभ है बल्कि लाभ के ये अवसर सार्क के अन्य देशो के लिए भी महत्वपूर्ण रूप से प्राप्त

***1. Free Trade.**
***2. Persepectives on Development**

है। इस तरह, विकास की 'टु एण्ड फ्रो' प्रणाली के अन्तर्गत शोषण की कोई गुजाइश नही है। सम्पूर्ण प्रणाली मैत्री एव सहयोग पर आधारित है। यहाँ विकास परिदृश्यो का उल्लेख एशियाई डेवलपमेट आउट लुक–2000 के आधार पर किया गया है।

विश्व के विकासशील क्षेत्रो मे सवृद्धि का प्रतिशत बढा है। यह 1998 मे 3 2 प्रतिशत था जो बढकर 1999 मे 3 5% हुआ है। एशियाई आर्थिक सम्भावनाओ मे भी महत्वपूर्ण परिवर्तन हुआ है। एशियाई क्षेत्र की अनेक अर्थव्यवस्थाए 1998 मे औद्योगिक एव व्यापारिक सुस्ती और पूजी प्रवाह की कमी से ग्रसित थी। जिससे इन देशो का विकास निष्पादन निराशापूर्ण था। किन्तु 1999 के प्रारम्भ से एशियाई क्षेत्र का औसत विकास बढकर 4 4% हो गया जो 1999 के अत तक पुन बढकर 5 7% हो गया। एशियन डेवलपमेट आउटलुक 2000 का अनुमान[14] है कि विकास का यह प्रतिशत बढकर 6% हो जायेगा। 1999 की वर्ष मे दक्षिणी एशिया का विकास निष्पादन 5 5% था जो 1998 की तुलना मे घट गया है किन्तु ऐसी आशा की जाती है कि विकास का यह प्रतिशत 6 4% अथवा 6 6% तक पहुॅच जायेगा। तालिका 7 6 से हमे यह भी पता चलता है कि सकल घरेलू उत्पाद की वार्षिक वृद्धि दक्षिण एशियाई क्षेत्र अथवा सार्क क्षेत्र मे 5% अवश्य रहा है। जबकि इससे खराब स्थिति प्रशान्त क्षेत्र, दक्षिण पूर्व एशिया क्षेत्र तथा केन्द्रीय एशियाई गणराज्यो की रही है।

आर्थिक सकेतको मे मुद्रास्फीति भी एक महत्वपूर्ण सकेतक है। प्रतिशत परिवर्तन की दृष्टि से दक्षिण एशिया मे मुद्रा स्फीति 4 1% रही है। यह सम्पूर्ण एशिया के औसत से अधिक है किन्तु प्रशान्त क्षेत्र, दक्षिण पूर्व एशियाई गणराज्यो से बेहतर है।

चालू खाते के सन्तुलन की दृष्टि से दक्षिण अफ्रीका का निष्पादन बेहतर नहीं कहा जा सकता क्योंकि यह निष्पादन ऋणात्मक है ओर (–) 2.2% है। सक्षेप, मे हम कह सकते हैं कि एशियाई क्षेत्र में दक्षिण एशियाई एक महत्वपूर्ण निष्पादन क्षेत्र के रूप मे हाल के वर्षों मे उभरा है। इस क्षेत्र की संवृद्धि दर का औसत 1998 मे 6.2 तथा 1999 में 5 5% रहा है।[15]

एशियन डेवलपमेंट आउटलुक 2000 के अनुसार दक्षिण एशिया के अन्तर्गत भारत, नेपाल, बांगलादेश, पाकिस्तान भूटान, श्रीलका और मालदीव नामक देश आते हैं (परिशिष्ट–4) ये देश ही सार्क के सदस्य देश हैं। सार्क के सदस्य देशो की सवृद्धि दरो को 1999 से 2001 के

लिए चित्र 8 1 मे प्रस्तुत किया गया है। चित्र से स्पष्ट है कि 2001 मे मालदीव की विकास प्रवृत्ति वर्द्धमान है किन्तु भारत, बागलादेश, नेपाल, तथा श्रीलका मे वृद्धि दरो का प्रतिशत कम हुआ है। पाकिस्तान एव भूटान मे विकास दरो का प्रतिशत न तो बढने का सकेत देता है न तो घटने का।

तालिका 8.6

प्रमुख आर्थिक सकेतक : विकासशील एशिया 1997–2001

(प्रतिशत मे)

	1997	1998	1999	2000	2001
सकल घरेलू उत्पाद (वार्षक परिवर्तन)					
विकासशील एशिया	60	23	62	62	60
नयी औद्योगिक अर्थव्यवस्थाए	57	–19	70	65	60
चीनी गणराज्य एव मगोलिया	87	78	71	65	60
केन्द्रीय एशियाई गणराज्य	33	08	28	30	36
दक्षिण–पूर्व एशिया	37	–75	32	46	50
दक्षिण एशिया	47	62	55	64	66
प्रशान्त क्षेत्र	–3.2	12	44	–	–
मुद्रा स्फीति					
(उपभोक्ता मूल्य सूचकाक मे परिवर्तन)					
विकासशील एशिया	43	55	16	30	33
नयी औद्योगिक अर्थव्यवस्थाए	35	39	–04	18	26
चीनी गणराज्य एव मगोलिया	28	–08	–14	18	20
केन्द्रीय एशियाई गणराज्य	214	114	219	151	107
दक्षिण–पूर्व एशिया	55	213	74	47	46
दक्षिण एशिया	56	71	41	50	54
प्रशान्त क्षेत्र	39	99	104	–	–
चालू खाता शेष/जी डी पी					
विकासशील एशिया	05	41	38	15	05
नयी औद्योगिक अर्थव्यवस्थाए	16	93	64	37	24
चीनी गणराज्य एव मगोलिया	33	30	12	–04	–09
केन्द्रीय एशियाई गणराज्य	–04	–45	–20	–24	–23
दक्षिण–पूर्व एशिया	–34	70	76	33	08
दक्षिण एशिया	–14	–19	–2.2	–39	–30
प्रशान्त क्षेत्र	–09	18	–	–	–

स्त्रोत: एशियन डेवलेपमेंट आउटलुक, 2000

चित्र- 8.1
संवृद्धि दरें दक्षिण एशिया 1999–2001

प्रतिशत

10

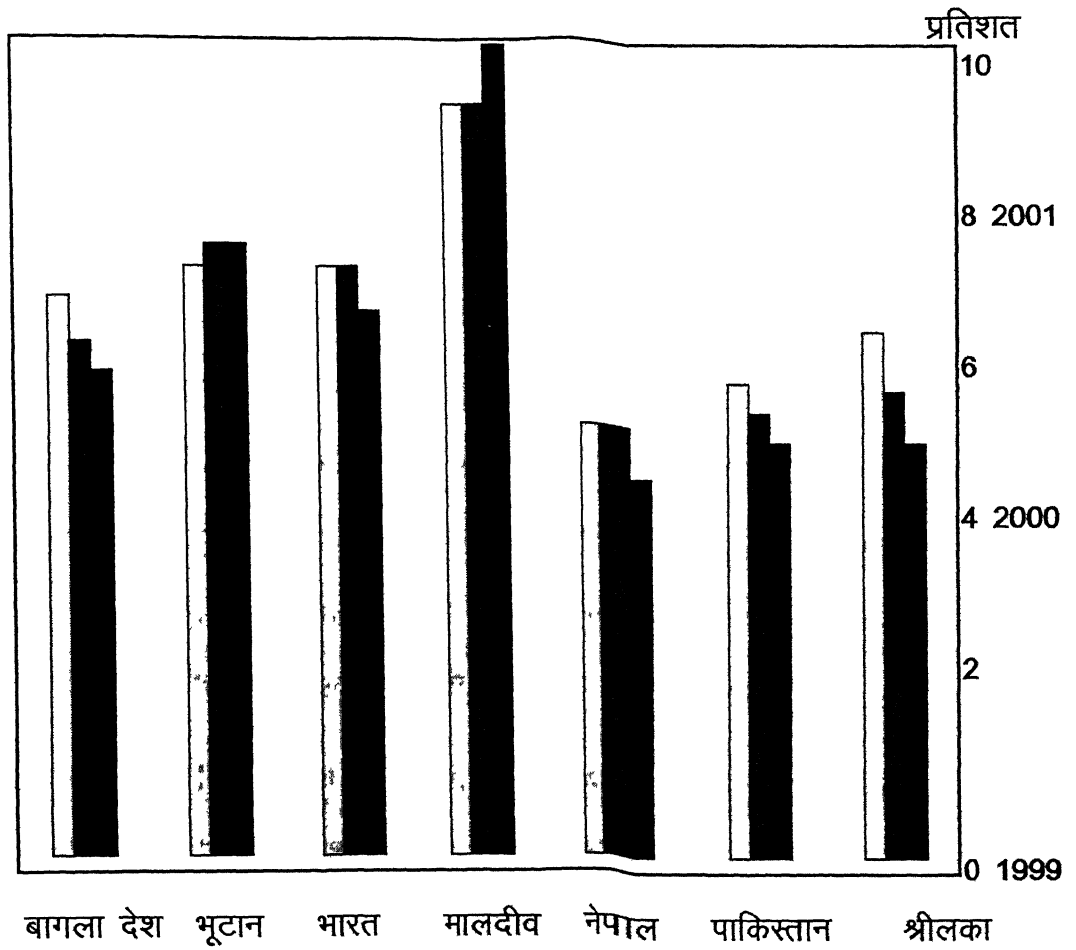
8 2001

6

4 2000

2

0 1999

बागला देश भूटान भारत मालदीव नेपाल पाकिस्तान श्रीलका

भारत

भारत, दक्षिण एशिया का सबसे बडा देश है। भारतीय अर्थव्यवस्था को विकास निष्पादन की दृष्टि से उडान से पूर्व की अवस्था*1 वाला देश कहा जा सकता है।

विकास के जो आर्थिक सकेतक 1997–2001 के लिए प्राप्त है, उनसे स्पष्ट होता है कि भारत निष्पादन नेपाल, बागलादेश, पाकिस्तान एव भूटान से बेहतर है किन्तु मालदीव एव श्रीलका इससे बेहतर है। भारतीय अर्थव्यवस्था के विकास के प्रमुख सकेतको को तालिका 8 11 मे दिया गया है, जिनसे हमे निम्न निष्कर्ष प्राप्त होते हैं–

1 भारत की सकल घरेलू उत्पाद मे वृद्धि 5% से अधिक रही है। यह 1997 मे 5% से बढकर 1998 मे 6 8% हुई है, जो एक रिकार्ड वृद्धि का सकेत करती है। किन्तु 1999 मे भारतीय अर्थव्यवस्था मे सकल घरेलू उत्पाद की वृद्धि घटकर 5 9% हुई है। यह गतवर्ष की तुलना मे बेहतर नही हैं। इसका मुख्य कारण कृषि क्षेत्र का निम्न विकास, राजनीतिक अस्थिरता एव राष्ट्रवादी भावना मे कमी का होना है।

2 कृषि क्षेत्र के निम्न विकास से भारतीय अर्थव्यवस्था के उद्योग एव सेवा क्षेत्रो का निष्पादन भी प्रभावित हुआ है। यद्यपि औद्योगिक उत्पादो मे वृद्धि 4% से बढकर 6 5 हुई है। जिसका मुख्यकारण उपभोक्ता वस्तुओ, मशीनरी एव सीमेण्ट मे वृद्धि का पाया जाना है। आटोमोबाइल एव स्टील उत्पादन मे भी वृद्धि के सकेत भारतीय अर्थव्यवस्था मे प्राप्त हुए हैं।

3 सकल घरेलू निवेश तथा सकल घरेलू बचतो मे भी कमी आयी है।

4 भारत के निर्यात एव आयात व्यापार मे वृद्धि के सकेत प्राप्त हुए है।

***2. Pre Take-off Stage.**

तालिका 8 7
प्रमुख आर्थिक सकेतक : भारत 1997–2000

(प्रतिशत में)

मदे	1997	1998	1999	2000	2001
1 जीडीपी सवृद्धि	5 0	6 8	5 9	7 0	7 0
2 सकल घरेलू निवेश/जीडीपी	26 2	23 4	22 5	24 0	25 0
3 सकल घरेलू बचत/जीडीपी	24 7	22 3	21 0	22 0	23 0
4 मुद्रा स्फीति की दर					
(उपभोक्ता मुख्य सूचकाक)	4 8	6 9	3 3	4 8	5 0
5 मुद्रा पूर्ति मे वृद्धि	18 0	18 4	16 0	17 0	17 0
6 राजकोषीय शेष/जीडीपी	–4 8	–5 0	–5 5	–5 0	–4 0
7 निर्यात वृद्धि	4 5	–3 9	10 00	4 5	5 0
8 आयात वृद्धि	4 6	0 9	9 0	7 0	8 0
9 चालू खाता शेष/जीडीपी	–1 3	–1 0	–1 5	–1 8	–1 8
10 ऋण सेवा/निर्यात	24 7	24 4	23 5	22 3	22 0

Sources , Central Statistical Organization (1999) Reserve Bank of India (1998); Ministry of Finance (2000).

भारतीय अर्थव्यवस्था मे 1995–99 की अवधि राजनीतिक एव विदेशी वातावरण की दृष्टि से अच्छे नहीं कहे जा सकते। भारत सरकार के इकोनामिक सर्वे, 2000–2001 के अनुसार एशिया और रूस मे सकट के पश्चात जो सार्वभौम आर्थिक और वित्तीय स्थिति बिगडी वह 1999 मे तेजी से सुधरी और 2000 मे इसने मजबूती प्राप्त करना जारी रखा।[20]

भारत का पण्य–व्यापार– विदेशी क्षेत्र के अन्तर्गत निर्यातो के सन्दर्भ मे वर्ष 1998–99 मे शून्य वृद्धि की तुलना में वर्ष 1999–2000 की तुलना मे उल्लेखनीय बढोत्तरी हुई है।[21] कच्चे तेल और पेट्रोलियम उत्पादों की अन्तर्राष्ट्रीय कीमतों के बढने के कारण तेल आयात बिल में 63% की वृद्धि के वाबजूद वर्ष 1999–2000 में चालू घाटा सकल घरेलू उत्पाद के 0 9% पर नियन्त्रित रखा गया। व्यापार उदारीकरण, टैरिफ मे कमी और सूचना प्रौद्योगिकी जैसे

निर्यातोन्मुखी क्षेत्र को मे विदेशी निवेश के अधिक खुलेपन के साथ रूपये के अवमूल्यन के कारण वर्ष 2000–2001 मे निर्यात मे महत्त्वपूर्ण बृद्धि हुई है।

वाणिज्यिक सूचना एव साख्यिकी महानिदेशक के अनुसार वर्ष 1980–2000 की अवधि मे कृषि से सम्बद्ध उत्पादो और विनिर्मित सामानो के निर्यातो मे वृद्धि हुई है जो तालिका 8 12 से सुस्पष्ट है। यह भारत सरकार की नयी व्यापार नीति*[1] का सुपरिणाम है।

तालिका 8.8
निर्यातों की वृद्धि : 1980–2000

	वार्षिक औसत वृद्धि दरे		प्रतिशत हिस्सा	
	1980–81 से 1991–92	1992–93 से 1999–00	1980–81 से 1991–92	1992–93 से 1999–00
1 कृषि और सबद्ध उत्पाद	3 3	8 1	24 2	18 3
2 विनिर्मित वस्तुएँ	10 1	10 6	62 0	76 6
3 कुल निर्यात	7 4	10 1	100 0	100 0

स्त्रोत इकॉनॉमिक सर्वे, 2000–2001 भारत सरकार

भारत की व्यापार नीति

व्यापार नीति मे सुधारो का लक्ष्य निर्यात मे तीव्र वृद्धि प्राप्त करने का वातावरण सृजित करना, विश्व निर्यात मे भारत की भागीदारी मे वृद्धि करना और उच्च आर्थिक विकास के लिए निर्यात को एक माध्यम बनाना है। भारत की आयात–निर्यात नीति*[1] अथवा व्यापार नीति मे 1991 के बाद अनेक सस्थागत एव आधारभूत परिवर्तन किये गये हैं। केन्द्रीय बजट 1999–2000 मे घोषित उन उपायो का उल्लेख इस प्रकार है, जिनका सबध सार्क देशो के मध्य निर्यात वृद्धि से है–

1 सार्क देशों के साथ व्यापार को बढावा देने के लिए भारत के वित्त मत्रालय द्वारा इन देशो से आयात पर सीमा शुल्क मे तरजीही आधार पर व्यापक रियायते दी गयी हैं।[22]

2. नयी शुल्क वापसी दरों की घोषणा दिनाक 1 जून 1999 से घोषित की गयी है। नयी दरे जिनमें उत्पाद शुल्क का पुन: निर्धारण और अधिभार शामिल है, 155 मदो का उच्चदर, 489 मदों के लिए दरो को युक्तियुक्त बनाना और 193 मदों पर विद्यमान दर लागू की गयी है।

भारत मे, विदेशी व्यापार को बढाने के लिए वर्ष 2000–2001 मे जिन महत्वपूर्ण उपायो को अपनाया गया है उनका सक्षिप्त विवरण निम्नानुसार है–

1 बुनियादी सीमा शुल्क की अधिकतम दर 40 प्रतिशत से घटाकर 35% प्रतिशत की गई और सीमा शुल्क दरो मे स्लैब सख्या पाच के स्थान पर चार कर दी गई है। (अर्थात 35,25,15 और 5 प्रतिशत)।

2 विभिन्न मदो (अधिकाशत उपभोक्ता सामान एव कृषि उत्पाद) पर शुल्क, जिन पर मात्रात्मक प्रतिबध हटाये गये है, की अधिकतम दर (35 प्रतिशत + अधिभार) लगाई गई है ताकि इन मदो को पर्याप्त टैरिफ सरक्षण दिया जा सके।

3 आयातो एव निर्यातो को शासित करने वाले नियमो एव विनियमो की बहुलता से निर्यात उत्पादन को मुक्त करने को प्रोत्साहित करने के दृष्टि से विशेष आर्थिक जोनो*2 की स्थापना।

4 निर्यात सबधित आधार सुविधाओ के विकास के लिये राज्यो को उनके निर्यात निष्पादन के आधार पर सहायता प्रदान करने हेतु स्कीम तैयार करना।

5 1 अप्रैल, 2001 से विशेष आयात लाइसेस समाप्त करने सहित वर्तमान निर्यात सवर्धन स्कीमो को युक्तसगत बनाना।

6 महत्वपूर्ण (कोर) क्षेत्रो के लिये घोषित निर्यातो मे तेजी लाने हेतु क्षेत्र विशिष्ट उपाय।

7 एसआइएल के प्रत्यर्पण पर कोई लाइसेस प्राप्त किये बिना 10 वर्ष से कम पुराने पूजी समान के आयात की अनुमति।

8 पात्र श्रेणियो को समान रूप से लाभ प्रदान करके और पूजीगत मालो की परिभाषा मे विस्तार करके मान्य निर्यात लाभों को युक्तिसगत बनाया गया।

9 वस्त्र निर्यातो मे तेजी लाने के लिए नयी वस्त्र उद्योग नीति मे लघु उद्योग–आरक्षण की परिसीमा से वस्त्र उद्योग का अनारक्षण।

*1. EXIM POLICY.
*2. Special Economic Zones.

भारत ने 30 नवम्बर से 3 दिसम्बर 1999 तक सिएटल मे आयोजित विश्व व्यापार सगठन*[1] के तृतीय मत्रीस्तरीय सम्मेलन मे भाग लिया। व्यापार व्यवस्था, प्रतिस्पर्द्धा नीति, सरकारी प्राप्ति मे पारदर्शिता, व्यापार सरलीकरण, व्यापार तथा श्रम मानदड और व्यापार एव पर्यावरण प्रारभ करने के प्रस्तावो सहित व्यापक दायरे के क्षेत्रो पर वार्ताओ का दौर शुरू करने के लिए सम्मेलन से समर्थन प्राप्त करने के लिए भारत ने सार्क, जी–15 तथा जी–77 मचो के माध्यम से अपने विचारो को आगे बढाने के लिए राजनयिक कदम भी उठाए है।[23]

किन्तु ये कदम अपर्याप्त होगे जब तक कि भारत अपने घरेलू अर्थव्यवस्था के निर्यात व्यापार को बढाने के लिए एक 'समन्वित पैकेज नही तैयार कर लेता। इस समन्वित पैकेज की रूपरेखा को निम्नानुसार प्रस्तुत किया जा सकता है–

1 भुगतान असन्तुलन के सभावित खतरे से निपटने के लिए तथा व्यापार घाटे को नियन्त्रण मे लाने के लिए निर्यातो मे महत्वपूर्ण वृद्धि के अलावा हमारे आगे और कोई विकल्प नही है, किन्तु इस दशा मे तमाम कोशिशो के बावजूद वास्तविकता के स्तर पर कुछ नहीं किया गया है।

2 निर्यात वृद्धि के लिए सबसे बडी अडचन निर्यात प्रशासन से जुडी हमारी अपनी मशीनरी है। निर्यातक इस बात को हमेशा से कहते आ रहे है कि विदेशी व्यापार महानिदेशालय (डी जीएफटी)*[2] के अन्दर जैसा माहौल है, वह निर्यातको को प्रोत्साहन देने के बजाय हतोत्साहित करता है। अत डीजीएफटी की कार्य प्रणाली मे आमूल–चूल परिवर्तन करना होगा।

3 निर्यात सम्बन्धी नियम कायदो और उनकी प्रक्रिया को सरल बनाना होगा। जिससे भारतीय अर्थव्यवस्था के निर्यात व्यापार की प्रक्रिया सरल हो सके। उदाहरण के लिए सदस्य देश श्रीलका मे निर्यात से सम्बन्धित प्रक्रियाएँ काफी सरल हैं।

4. निर्यात बढाने में सबसे बडी बाधा बुनियादी ढाचा है। भारत मे निर्यात–उत्पादन को सामान्य उत्पादन–क्षेत्र जैसी ही घटिया दर्जे की बुनियादी ढाचा सुविधाए प्राप्त हैं।

*1 World Trade Organisation-W.T.O.
*2. Directorate General of Foreign Trade D.G.F.T.

उदाहरण के लिए–बिजली, पानी और सडक, बन्दरगाह, विमानपत्तन और कन्टेनर सूविधाएँ। इस सगठनो मे आये दिन हडताल होती रहती है और अक्सर इसका दुष्परिणाम निर्यात और निर्यातको को उठाना पडता है।

5 निर्यात उत्पादन एक विशेष किस्म का उत्पादन होता है। जिसमे गुणवत्ता, तथा समय पर उसकी डिलीवरी का विशेष महत्व है। किन्तु भारतीय अर्थव्यवस्था मे इस पर अधिक ध्यान नही दिया गया है। विशेषकर छोटे पैमाने के उद्योगो मे विदेशी प्रतिस्पर्धा से निपटने के लिए निर्यातको को आधुनिक प्रौद्योगिकी तथा भारी मात्रा मे निवेश की सुविधायें देना आवश्यक है। सम्बन्धी रियायतो को इन सुविधाओ मे सम्मिलित किया जाना चाहिए। इसके अतिरिक्त, सरकार को निर्यात उत्पादन मे वृद्धि के लिए जरूरी कच्चे मालो पर आयात शुल्को मे कमी करनी चाहिए।

8.5 सम्भावनाएँ

पिछले दशक को भारतीय अर्थव्यवस्था के सुधारो का दशक कहा जा सकता है। जहाँ इस दशक के प्रारभिक वर्षो मे औद्योगिक, वित्तीय और विदेशी क्षेत्रो के सरचनात्मक सुधारो का पहला चरण दृष्टिगोचर होता है, वहा अतिम वर्ष आर्थिक पुनर्सरचना के दूसरे चरण के शुभारम्भ को प्रदर्शित करते है। यह सुधार दशक अनुकूल प्रतिक्रिया प्राप्त करने मे सफल रहा है जैसा कि सकल घरेलू उत्पाद की उच्चवृद्धि दर, सतोषजनक विदेशी मुद्रा रिजर्व, अल्पकालिक ऋण स्थिति सुधार, सामान्य मुद्रास्फीति एव निर्यातो की तेजी से प्रदर्शित होता है।

इस समय अर्थव्यवस्था एक कठिन स्थिति मे है। आगामी वर्ष 2001–2002 मे वृद्धि की कुछ समस्याओ का सामना करना पड सकता है। लगातार दूसरे वर्षो अनियमित वर्षा के कारण वर्ष 2000–2001 मे कृषि विकास कम या शून्य रहा है। औद्योगिक विकास मे कमी प्रतीत होती है और नये निवेशो के लिये आकर्षण उत्पन्न नहीं हो पाया है। उच्च अतर्राष्ट्रीय तेल मूल्यों और अमेरिकी अर्थव्यवस्था की मदी, जिससे सम्पूर्ण विश्व के प्रभावित होने की सभावना है, के कारण यह समस्या और भी विकट हो गयी है। यद्यपि सौभाग्य से गुजरात के बडे उद्योग, हाल के भयकर भूकम्प की विभिषिकाओं से बच गये हैं। परन्तु वृद्धि की प्रक्रिया पर विस्थापन के प्रभाव को अनदेखा नहीं किया जा सकता। अतः यह अनिवार्य है कि आने वाले वर्षो मे आर्थिक स्थिति

पर सावधानी पूर्वक निगरानी रखी जाय। अर्थव्यवस्था मे आत्म विश्वास जागृत करने के उपायो की जरूरत है ताकि 1990 के दशक की विकास गति को सुधारा जा सके।

भारतीय अर्थव्यवस्था को प्रभावित करने वाली मुख्य समस्या केन्द्र और राज्य दोनो स्तरो पर उच्च राजकोषीय घाटे का बना रहना है। समग्र रूप से केन्द्र और राज्यो के सकल राजकोषीय घाटे को सकल घरेलू उत्पाद के दस प्रतिशत से नीचे लाने की आवश्यकता है। उच्च राजकोषीय घाटे का बने रहना केन्द्र और राज्य सरकारो दोनो के व्यय बजट मे ऋण अदायगी के बढते हुए हिस्से के रूप मे प्रत्यक्षत परिलक्षित हुआ है। इसके परिणामस्वरूप किसी भी स्तर पर महत्वपूर्ण सरकारी निवेश करने की सरकार की क्षमता गम्भीर रूप से कम हो गयी है। इससे भारतीय औद्योगिक वस्तुओ की माग मे गिरावट आयी है। अवसरचना मे सरकारी निवेश मे अभाव ने निजी निवेश को भी मद कर दिया है। उच्च राजकोषीय घाटे के परिणाम स्वरूप निरन्तर उच्च उधार ने अर्थव्यवस्था मे वास्तविक व्याज दरो को उच्च बनाये रखा है। इस प्रकार उद्योग क्षेत्र के समक्ष 8 से 10 प्रतिशत उच्च वास्तविक व्याज दरे हैं जो विश्व मे सर्वाधिक उच्च हैं। अत विदेशी तथा घरेलू, दोनो प्रकार के निजी उद्योग के लिए विश्वास पूर्वक नये निवेश करना कठिन है। अथव्यवस्था मे विश्वास उत्पन्न करने के लिए कार्यवाही का प्रमुख क्षेत्र राजकोषीय सुधार के लिए एक विश्वसनीय मध्यावधि कार्यक्रम से सम्बन्धित है। इस सकटकाल मे यह अत्यधिक महत्वपूर्ण हो गया है।

पिछले दो दशको में भारतीय अर्थव्यवस्था का निष्पादन अच्छा रहा है। वर्ष 1991–92 को समाप्त 12 वर्ष की अवधि के दौरान औसत वार्षिक वास्तविक सकल घरेलू उत्पाद वृद्धि 5 4 प्रतिशत बढकर 1992–93 से 2000–2001 के दौरान 6 4 प्रतिशत हो गयी है। इस अवधि क दौरान इसमे महत्वपूर्ण सरचनात्मक परिवर्तन हुए हैं जो आर्थिक सुधारो की निरन्तर प्रक्रिया के परिणाम हैं। 1990 के दशक मे सुधारों की गति की गयी और नये परिवर्तनो, जो इस अवधि के दौरान अर्थव्यवस्था के लगभग सभी क्षेत्र में लागू किये गये थे, के प्रति अर्थव्यवस्था की अच्छी प्रतिक्रिया रही। इसके परिणामस्वरूप अर्थव्यवस्था ने भी 1997–98 के पूर्व एशियाई वित्तीय संकट और हाल मे तेल कीमतों की असाधारण वृद्धि जैसी प्रतिकूल परिस्थितियों में भी काफी समुत्थान शक्ति का परिचय दिया है।

किये गये अनेक परिवर्तनो को देखते हए भारतीय अर्थव्यवस्था के लिए अब यह बिल्कुल सम्भव है कि वह इससे भी उच्च प्रगति के लक्ष्य को प्राप्त करेगी। फिर भी जैसा की ऊपर कहा गया है अभी तक किये गये सुधारो के पूरे लाभ प्राप्त करने के लिये अनेक महत्वपूर्ण क्षेत्रो मे महत्वपूर्ण कार्यवाही करने की आवश्यकता है। यदि निकट भविष्य मे सगठित तरीके से इन उपायो को पूरा किया जाता है तो इस बात की पूरी सभावना है कि अब तक देश मे प्रसुप्त अनेक शक्तिया एव साधन सक्रिय हो जायेगे और आर्थिक क्रिया कलाप बडे पैमाने पर शुरू हो जायेगे।

संदर्भ एवं टिप्पणियाँ

1 फोकस, जनवरी–मार्च, 2000 पृ0 4

2 अमर उजाला दैनिक समाचार पत्र, दिनाक 27 मार्च एव 7 अप्रैल 2001

3 ट्रेड एण्ड डेवलेपमेट रिपोर्ट, 2000 पृ0 17

4 फु नो 3, पृ0 17

5 विस्तृत विश्लेषण के लिए देखे, अ अमर्त्यसेन, भारत विकास की दिशाएँ, नई दिल्ली, राजपाल, जनवरी 2000 ब ह्यूमन

डेवलपमेट रिपोर्ट 2000

6. मिश्रा एवं पुरी भारतीय अर्थव्यवस्था, 2000 पृ0 513

7 फुनो 6, पृ0 513

8 फुनो 6, पृ0 513

9 फुनो 6, पृ0 514

10 दैनिक जागरण, वाराणसी, 14 नवम्बर 2000

11 आज दैनिक समाचार पत्र, 24 फरवरी 2001

12 हिन्दुस्तान समाचार पत्र 27 फरवरी 2001

13 सवृद्धि (ग्रोथ) एव विकास (डेवलपमेट) को प्राय एक ही अर्थो मे प्रयुक्त किया जाता है। कुछ अर्थशास्त्री इन अवधारणाओ मे निम्रानुसार अन्तर भी करते है–

1 विकास एक व्यापक एव बहुआयामी अवधारणा है किन्तु सवृद्धि एक सकुचित एव एक आयामी अवधारणा है।

2 विकास मे सामाजिक–सास्कृतिक–आर्थिक–राजनीतिक प्रगति के मात्रात्मक एव गुणात्मक पक्ष सम्मिलित है किन्तु सवृद्धि मे आर्थिक प्रगति का केवल मात्रात्मक पक्ष ही सम्मिलित है। इस तरह, सवृद्धि विकास का अग है।

14 एशियन डेवलपमेट आउटलुक 2000, पृ0 9

15 फुनो 14, पृ0 9

16 वर्ल्ड डेवलपमेट रिपोर्ट 2000–2001, पृ0 334

17 फुनो 14, पृ0 143

18 फुनो 14, पृ0–9

19 फुनो 14, पृ0–9

20 इकोनामिक सर्वे भारत सरकार 2000–2001, पृ0 100–102

21 फुनो 20, पृ0 3

22 भारतीय आर्थिक समीक्षा 1999–2000, पृ0 97

23 फुनो 23, पृ0 97

*

अध्याय–9

उपसंहार

भारत को स्वाधीन हुए लगभग आधी शताब्दी से अधिक बीत चुका है। अग्रेजो के भारत से प्रस्थान की पूर्व–सध्या पर 14 अगस्त 1947 को जवाहर लाल नेहरू ने घोषणा की थी, "वर्षो पूर्व हमने नियति को फिर मिलने का वचन दिया था और आज वह समय आ गया है जब हम अपना वह वचन पूरा करेगे।" उन्होने आगे कहा था, "आज हम जिस उपलब्धि का उत्सव मना रहे है, यह तो उन महान उपलब्धियो और मजिलो, जो हमारी प्रतीक्षा कर रही है, की ओर अग्रसर होने की दिशा मे पहला कदम है– उस ओर चलने का पहला अवसर मिलना मात्र है।" उन्होने देश को सजग किया था कि भविष्य मे गरीबी और अज्ञान तथा बीमारियो एव अवसरो की असमानता को समाप्त करने के लिए भी प्रयास करने होगे।[1]

भारत मे नियोजित विकास के पॉच दशको का अनुभव सुखद ही कहा जायेगा क्योकि अपने प्रयासो से भारतीय अर्थव्यवस्था अब पूरी तरह से अकाल–मुक्त हो चुकी है तथा खाद्यान्नो एव उद्यमो की दृष्टि से देश आत्म निर्भर बन चुका है। और भी अनेक उपलब्धियॉ हमने पायी है, जैसे– बहुदलीय लोकतात्रिक व्यवस्था का बने रहना, बहुत बडे वैज्ञानिक प्रतिभा सम्पन्न समुदाय का उदय, शिक्षा एव चिकित्सा के क्षेत्र मे सुधार आदि। सक्षेप मे, सामाजिक एव आर्थिक विकास के अनेक क्षेत्रो मे भारत की उपलब्धियॉ गौरव शाली रही है।

भारत की विकास–यात्रा का एक महत्वपूर्ण आयाम रहा है– सामाजिक अभावो की समाप्ति को लेकर व्यापक क्षेत्रीय विषमता की समाप्ति के प्रयासो का किया जाना। स्वतत्र भारत की अब तक की नीतियॉ–विशेषकर विपणन व व्यापारिक एव आर्थिक नीतिया "क्षेत्रीय समन्वय एव विकास" पर आधारित रही हैं। इस सदर्भ मे यदि हम दक्षिण एशियाई क्षेत्र पर दृष्टिपात करे तो एशियन डेवलेपमेट आउटलुक–2000 के अनुसार दक्षिण एशियाई क्षेत्र के अतर्गत आने वाले देशो के नाम हैं– भारत, पाकिस्तान, बॉगलादेश, श्रीलका, नेपाल, भूटान एव मालदीव। ये देश दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग सगठन–दक्षेस अथवा सार्क के भी सदस्य देश हैं। इनमे जनसख्या, भू–क्षेत्रफल, प्राकृतिक ससाधन, सकल घरेलू उत्पाद, विदेशी व्यापार एव क्षेत्रीय राजनीति की दृष्टि से भारत का वर्चस्व है।

सार्क एक बहुपक्षीय क्षेत्रीय मच (फोरम) है। अपनी स्थापना के आरम्भ काल से ही सार्क ने जिस तरह प्रगति की है और क्षेत्रीय सहयोग के जिन सम्भावनाओ का उदय हुआ है, इन्हे कम महत्वपूर्ण कदापि नही कहा जा सकता। सार्क ने 1990 के दशक को 'दक्षेस बालिका दशक', 1991 को 'दक्षेस, आश्रय वर्ष, 1992 को 'दक्षेस पर्यावरण वर्ष' 1993 को 'दक्षेस विकलाग वर्ष' के रूप मे मनाकर बालिकाओ, आश्रितो, पर्यावरण तथा विकलागो के प्रति चिता जताई है। तकनीकी सहयोग के अन्तर्गत तेरह सहमत क्षेत्र स्वीकृत हुए और उनसे सबधित 62 कार्यकलाप हुए। इनमे लगभग एक चौथाई भारत मे सम्पन्न हुए। 1993 मे सार्क ने दक्षिण एशियाई वरीयता व्यापार समझौता–'साप्टा' को मजूरी देकर क्षेत्रीय व्यापार सबधी बाधाओ को दूर करने तथा और अधिक उदार व्यापार व्यवस्था कायम करने का मार्ग प्रशस्त किया है। 7 दिसम्बर 1995 से साप्टा प्रभावी हो गया है। नयी दिल्ली मे 9 14 जनवरी 1996 को आयोजित प्रथम सार्क व्यापार मेला का आयोजन किया गया था जिसका विषय था–'विकास के लिए सहयोग।' इस आयोजन मे विभिन्न उत्पादो के प्रदर्शन के साथ सदस्य देशो ने निर्यात दक्षता का भी प्रदर्शन किया।

सार्क के अब तक दस शिखर सम्मेलन हो चुके हैं। दसवा शिखर सम्मेलन 29–31 जुलाई 1998 को श्रीलका की राजधानी कोलम्बो मे हुआ था। इन शिखर सम्मेलनो के माध्यम से सार्क ने जिन क्षेत्रो मे सहयोग को प्रोत्साहन दिया है उनमे प्रमुख है– आर्थिक एव सास्कृतिक सहयोग, नशीले पदार्थो की तस्करी रोकने, पर्यटन के विकास, रेडियो–दूरदर्शन प्रसारण कार्यक्रमो मे सहयोग, क्षेत्र की जनसख्या के लिए आवास और शिक्षा देने के प्रावधान पर विचार, परमाणु निरस्त्रीकरण पर बल, विकासशील देशो के लिए अधिक दिनो तक खाद्य सामग्री जुटाने के सम्बन्ध मे जैव प्रौद्योगिकी एव चिकित्सा सम्बन्धी आवश्यकताओ पर बल, आतकवाद को रोकने के लिए व्यापक सहयोग, सूचनाओ के आदान–प्रदान पर बल, गरीबी, उन्मूलन, प्राथमिक शिक्षा और मानवाधिकारों के प्रति चिता, अन्तरक्षेत्रीय व्यापारिक सहयोग की प्राथमिकता पर बल, तकनीकी सहयोग आदि।

किन्तु नवम्बर 1999 से सार्क लगभग निष्क्रिय बना हुआ है।[2] पाकिस्तान मे सैनिक तख्ता पलट होने की वजह से 1999 मे नेपाल की राजधानी काठमांडू मे होने वाले ग्यारहवे शिखर सम्मेलन को स्थगित करना पडा था।[3] अभी हाल मे 23 फरवरी 2001 को श्रीलका की राष्ट्रपति चद्रिका कुमार तुग ने भारत के प्रधानमत्री श्रीयुत अटल बिहारी वाजपेयी के साथ हुई वार्ता के

दौरान दक्षिण एशिया के हित मे सार्क (दक्षेस) के ग्यारहवे शिखर सम्मेलन बुलाये जाने की आवश्यकता को रेखाकित किया है (देखे परिशिष्ट)।

सार्क विश्व का सबसे छोटा व्यापार सगठन है जिसका उद्धेश्य अपने सदस्य देशो की सामाजिक और आर्थिक उन्नति करना है। किन्तु (1) सार्क की क्षेत्रीय एकात्मकता अधूरी है क्योकि इसमे अफगानिस्तान और वर्मा जैसे देश जो ऐतिहासिक और भौगोलिक दृष्टि से इस क्षेत्र के अग है, इसमे शामिल नही है, (2) दक्षिण एशिया की कोई पृथक पहचान नही है। पाकिस्तान मध्यपूर्व मे भी आता है, श्रीलका अपने को दक्षिण पूर्व का भी अग समझता है। (3) सार्क के सदस्य राज्यो मे अत्यधिक विविधता है। कोई इस्लामिक है, कोई बौद्ध, कोई हिन्दू तो कोई धर्मनिरपेक्ष। कही राजतत्र है, कही सैनिक तानाशाही रही है तो कही लोकतत्र। (4) सार्क के सदस्य देशो मे पारस्परिक विवाद उग्र हैं। भारत पाकिस्तान के बीच आतकवादी गतिविधियो और कश्मीर के प्रश्न पर विवाद है, । भारत–श्रीलका के बीच तमिल समस्या है। भारत–बगलादेश के बीच गगा के पानी का मुद्दा है। नेपाल कभी भारत, कभी चीन के निकट हो जाता है। बगला देश लौह अयस्क आस्ट्रेलिया से लेता है, भारत से नही। तथा (5) सार्क के सदस्य देशो मे क्षेत्रफल, जनसख्या और सैनिक शक्ति की दृष्टि से तुलनात्मक रूप मे भारत बहुत बडा है, इसलिए भारत सार्क देशो के बीच चौधराहट अथवा वर्चस्व कायम करना चाहता है।

उपर्युक्त आलोचनाये कुछ तो एकपक्षीय हैं और कुछ निराधार। यद्यपि यह सही है कि सार्क देशो के बीच राजनीतिक और सुरक्षात्मक दृष्टि से अनेक विवाद और उलझने हैं। यह भी सही है कि कई देशो के बीच सम्बन्ध मधुर नही है लेकिन राजनीतिक विवाद किसी भी रूप मे आर्थिक, व्यापारिक, सामाजिक और सास्कृतिक सहयोग मे बाधक नहीं है। बल्कि यह कहना अधिक सही है कि गैरराजनीतिक सहयोग कभी राजनीतिक सहयोग की ओर भी उन्मुख हो सकते हैं। सार्क की सबसे बडी सफलता इस बात मे हैं कि इसकी नियमित बैठके होती हैं, उच्च तकनीकी विशेषज्ञो और राजनयिको के बीच विचारो और कार्यक्रमो का आदान–प्रदान होता है और उन पर अधिकाधिक अमल किया जाता है। इससे सार्क का प्राथमिक उद्देश्य सद्भाव और सहयोग की अभिवृद्धि तो होती ही है। यदि सार्क के सदस्य देश इस क्षेत्र मे बडी शक्तियो के दखल को नकारते हुये अन्तर्राष्ट्रीय मचो पर सर्वसम्मत दृष्टिकोण अपनाने लगे और गैरराजनीतिक मुद्दो (जिन पर काफी हद तक सहयोग कायम हो रहा है) के अतिरिक्त राजनीतिक मुद्दों पर भी

सकारात्मक और सहयोगात्मक रूख अपना कर विचार विमर्श करने लगे तो इसमे कोई बुराई नही होगी। यह अच्छा ही होगा।

भारत ने हमेशा पडोसी देशो का सहयोग किया परन्तु पडोसी देशो ने धोखा दिया।[4] पाकिस्तान भारत का ही एक अग था परन्तु अलग होते ही दुश्मन बन गया। कारगिल युद्ध मे एक बार वह फिर परास्त हो गया। बातचीत के जरिये सम्बन्ध सुधारने की बात चल रही है।

कारगिल मे युद्ध लडा जा चुका है परन्तु फिर भी गोलाबारी जारी है। हमारे पडोसी देश पाकिस्तान से लडा गया यह चौथा युद्ध था। दूसरे पडोसी देश चीन से भी 1962 मे एक युद्ध लडा जा चुका है। तीसरा पडोसी देश बागलादेश जिसका जन्म हमारी मदद के बिना सम्भव नही था, वह भी हमसे मित्रवत व्यवहार न कर प्राय तीखी नजरो से हमे देखता है। चौथा पडोसी देश श्रीलका जिसकी सहायता मे हमने हजारो सैनिको की आहुति दी, वह भी हमारा मित्र या विश्वसनीय नही कहा जा सकता है, जो हमारे सकट के समय खडा होकर हमारा हौसला बढाता हो। लगभग यही स्थिति अन्य पडोसी राष्ट्रो के साथ भी कही जा सकती है।

क्या कारण है कि हमारे देश की शातिपूर्ण नीति होने के साथ–साथ हम अपने पडोसी देशो के सकट के समय उनकी सहायता करते है और उनको भाई का दर्जा व सम्मान प्रदान करते हैं परन्तु जब भी हमने भाई का सम्मान देना
चाहा और प्रेमपूर्ण सम्बन्धो की आशा की, तभी हमे धोखा दिया गया और हम युद्ध लडने को मजबूर हुए। क्या कारण है कि हम अपने पडोसी राष्ट्रो से अच्छे सम्बन्ध नहीं बना पा रहे हैं? इस विषय पर राजनीति के विशेषज्ञो को सामाधान ढूँढना है।

सार्क में क्षेत्रीय विपणन एवं व्यापार बढ़ाने के सुझाव*1

सार्क देशो के बीच व्यापार और आर्थिक सहयोग बढाने के लिए निम्न उपाय सुझाव जाते हैं

1 बहुपक्षीय एव द्विपक्षीय सहयोग को बढावा देते हुए सार्क क्षेत्र से विश्व की महाशक्तियो को इस क्षेत्र से दूर रखा जाय। टैरिफ और गैर–टैरिफ रूकावटो को और अधिक रियायतो द्वारा समाप्त करना चाहिए विशेषकर औसत आयात टैरिफ जो भारत, पाकिस्तान, बांग्लादेश और श्रीलका द्वारा अधिक रखे गए है।

2 सार्क देशो के बीच व्यापार विपणन–को परिवहन सुविधाओ द्वारा बढाया जा सकता है। इसके

*1 Suggestions to increase Marketing and Trade in SAARC

लिए रेल, सडक ओर परिवहन साधनो के ढाचे को सुदृढ करना चाहिए। इसके साथ वीसा प्रदान करने, वस्तुओ का परिवहन, और प्रवेश स्थानो पर वस्तुओ की निकासी मे सुधार की आवश्यकता है।

3 साप्टा मे वस्तुओ के उद्‌भव के बारे मे जो आधार है उनमे ढील देनी चाहिए। वर्तमान मे, यदि एक सार्क देशो मे निर्मित या उत्पादित वस्तु का अश या आयातित आगत का अनुपात दूसरे से अधिक है तो वह वस्तु उस देश मे उत्पादित नही समझी जाएगी और उसे व्यापार मे रियायते नही दी जाएगी। परन्तु सार्क देशो के बीच व्यापार बढाने के लिए यह आवश्यक है कि वस्तु उत्पादन का अतिम स्थान एक वस्तु के उद्‌भव को निर्धारित करने वाली एकमात्र कसौटी होनी चाहिए।

4 सार्क देशो से अधिकतर प्राथमिक वस्तुओ के निर्यात होते है। आने वाले वर्षो मे विनिर्माण निर्यातो से सबधित उद्योगो स्थापित करने चाहिए। इसके लिए विशेष निर्यात क्षेत्रो की स्थापना करनी चाहिए। विदेशी निवेश को प्रोत्साहित करने हेतु वापिस खरीद[*1] समझौतो के साथ राजकोषीय और अन्य सुविधाए देनी चाहिए।

5 सार्क देशो के निर्यातको, आयातको और निजी क्षेत्र के प्रतिनिधियो के बीच थोडे–थोडे समय के बाद बैठके होनी चाहिए ताकि वे व्यापार योग्य वस्तुओ के बारे मे एक–दूसरे को सूचनाए प्रदान कर सके और व्यापार मे आने वाली बाधाओ को दूर करने पर विचार कर सके।

6 सार्क देशो मे सहयोग द्वारा क्षेत्रीय स्तर पर क्षमताओ को बढाना चाहिए ताकि अतर–क्षेत्रीय और बाहर के देशो के साथ व्यापार बढे। इसके लिए यह आवश्यक है कि समीप के क्षेत्रो मे बुनियादी ढाचे के विकास के लिए विशेष क्षेत्रो मे निवेश किया जाए।

7 सार्क क्षेत्र मे निवेश का मुक्त प्रवाह होना अनिवार्य है। इसके लिए सार्क क्षेत्र मे एक मुद्रा के प्रचलन द्वारा निवेश क्षेत्र को स्थापित करना चाहिए। सार्क निवेश क्षेत्र से दो लाभ होगे। एक, सार्क देशो के बीच निवेश प्रवाहो से छोटे सदस्य देशो को विकास के लिए साख–सुविधाए प्राप्त होगी। दो, इससे सार्क देशो मे विदेशी प्रत्यक्ष निवेश को प्रोत्साहन मिलेगा।

8 छोटे सार्क देशो मे विशेष प्रोजेक्टो के लिए ऊर्जा, परिवहन, बुनियादी ढाचा, सचार का विकास और ससाधन विकास के क्षेत्रो मे बडे सदस्यो को सहयोग देना चाहिए जिससे उनकी आर्थिक क्षमताओ मे वृद्धि और विविधिकरण हो। ऐसा होने पर ही सभी सदस्य पूर्णरूप से व्यापार को बढाने मे सक्षम होगे।

*1 Buy Back

9 सार्क के सदस्य देशो को एक–दूसरे के देशो मे सयुक्त उपक्रम*[1] प्रारभ करने चाहिए, विशेषकर न्यूनतम विकसित देशो मे, जिससे उनका औद्योगिक आधार विकसित हो, उनकी उत्पादन क्षमता मे वृद्धि हो और अतर–क्षेत्रीय तथा विश्व के देशो के साथ व्यापार बढे।

10 सार्क का साप्टा से साफ्टा तक पहुचना अधिकतर भारत और पाकिस्तान के बीच सबधो पर निर्भर करता है। दोनो मे परस्पर व्यापार, रियायते देना, भारत को परम मित्र राष्ट्र की पाकिस्तान द्वारा मान्यता और पाकिस्तान द्वारा भारत के प्रति राजनीतिक गतिरोध को त्यागने से ही यह सभव हो सकता है।

दक्षिण एशिया की भू–रणनीतिक समस्याये*[2] प्रादेशिकता के मार्ग मे बाधक है। इस कारण सार्क एक 'कमजोर पौधा' बना हुआ है। परन्तु यह कमजोर पौधा प्राण रहित नही है। यद्यपि सहयोग का स्तर चिन्ताजनक रूप मे निम्न रहा है, फिर भी सार्क शिखर सम्मेलन द्विपक्षीय वार्ता का एक उपयोगी वार्षिक मच प्रदान करते है। प्रत्येक शिखर सम्मेलन द्विपक्षीय सकटो की उग्रता पर ठडा पानी डालकर दक्षिणी एशियाई सम्बन्धो को स्थायित्व प्रदान करता है। अत यह नही कहा जा सकता कि दक्षिणी एशिया मे प्रादेशिकता का विकास नही हो रहा है या सार्क उन उद्धेश्यो को पूरा नही कर रहा है जिनके लिए इसकी रचना की गयी थी।

विश्व राजनीति मे दक्षिण एशिया की भूमिका इस क्षेत्र के देशो की अपने द्विपक्षीय विवादो की सुलझाने की क्षमता पर निर्भर करेगी। यदि द्विपक्षीय विवाद सुलझा लिये गये, विशेष रूप से यदि भारत–पाकिस्तान सबन्धो की गुत्थियॉ सुलझा ली गयी तथा क्षेत्र के भीतर के सहयोग का एक सुखद भवन निर्मित कर लिया गया तब दक्षिणी एशिया का सार्क क्षेत्र विश्व अर्थव्यवस्था मे एक बडी भूमिका निभा सकेगा।

अभी हाल मे विश्व व्यापार सगठन (डब्ल्यु टीओ) का चौथा मत्री स्तरीय सम्मेलन 9 नवम्बर 2001 को कतर की राजधानी 'दोहा' मे शुरू हो चुका है और 13 नवम्बर 2001 को इसका समापन होगा। इस सम्मेलन मे व्यापार और निवेश के मुद्देपर पाकिस्तान द्वारा भारत के सुर मे सुर मिलाने की सम्भावना व्यक्त की गयी है।[5] यदि ऐसा सम्भव हो सका तो किसी भी दबाव

*1. Joint Ventures
*2 Geostrategic Boblems

के आगे न झुकने का भारत का फैसला और भी दृढ होगा तथा दक्षिणी–एशियाई क्षेत्रीय सहयोग मे भी दृढता प्राप्त होगी।

टिप्पणी एवं संदर्भ

1 अमर्त्य सेन एव ज्या द्रीज, "भारत विकास की दिशाये, राजपाल, नयी दिल्ली, जनवरी 2000, पृ0 11

2 हिन्दुस्तान दैनिक, 27 फरवरी, 2001, पृष्ठ 9

3 दर असल भारत ने पाकिस्तान के सैनिक शासक जनरल परवेज मुशर्रफ के साथ मच पर उपस्थित होने से इनकार कर दिया था। सार्क के चार्टर मे स्पष्ट रूप से कहा गया है कि सभी सदस्यो के राष्ट्राध्यक्षो की बैठक को ही शिखर सम्मेलन का दर्जा दिया जाएगा (फु नो 2, पृ0 9)।

4 भारत और उसके पडोसी देशो के सबधो के विस्तृत विवरण के लिए देखिए पी डी कौशिक की अन्तर्राष्ट्रीय सबध एव "भारत की विदेश नीति," नामक पुस्तके।

5 दैनिक जागरण, वाराणसी सस्करण, 10 नवम्बर 2001, पृष्ट 15

पूर्व–साहित्य*

अटल बिहारी वाजपेयी "निरतर आर्थिक विकास के लिए सक्रिय भागीदारी," 24 अक्टूबर 1998 को नई दिल्ली मे 'फिक्की' के वार्षिक सम्मेलन मे प्रधान मत्री द्वारा दिये गये भाषण का हिन्दी 2000 रूपान्तर।

अमर्त्य सेन, भारत विकास की दिशाए, राज्यपाल, नई दिल्ली ।

आर0 के0 सिह अन्तर्राष्ट्रीय सम्बन्ध, 2000 मिश्रा ट्रेडिग करपोरेशन, वाराणसी।

इन्द्रकुमार गुजराल "सार्क विकास के लिए नई रणनीति" 12 मई 1997 का मालदीव की राजधानी माले मे नौवे सार्क शिखर सम्मेलन के उद्घाटन भाषण का हिन्दी रूपातर।

ए एन अग्रवाल भारत मे आयोजन एव आर्थिक नीति, 1999, विश्वप्रकाशन, नई दिल्ली।

एस सी जैन विपणन प्रबन्ध, 2000 साहित्य भवन पब्लिकेशन्स, आगरा।

एस0 के मिश्र एव वी0 के0 पुरी, भारतीय अर्थव्यवस्था 2001 हिमालया प0 हा0, मुम्बई।

जय प्रकाश मिश्र एव शिव नारायण गुप्त, 'समष्टि आर्थिक विश्लेषण 2001 मिश्रा टे का वाराणसी।

पुष्पेश पत एव श्रीपाल जैन अतर्राष्ट्रीय सबध 1999 मीनाक्षी मेरठ,।

पी0 डी0 कौशिक, 'अन्तर्राष्ट्रीय सम्बन्ध, 2000 कल्याणी, नई दिल्ली,।

पी0 डी0 कौशिक, 'भारत की विदेश नीति 2001 मिश्रा ट्रे का, वाराणसी,।

पी वी नरसिह राव 'सार्क तथा एशियाई शताब्दी', 2 मई, 1995 को नई दिल्ली मे प्रधानमत्री द्वारा दिये गए उद्घाटन भाषण का हिन्दी रूपातर ।

बी0 एस0 राठौर एव आर के कोठारी 'अन्तर्राष्ट्रीय विपणन', 1992, रमेश बकडिपो, जयपुर।

भारत सरकार आर्थिक समीक्षा – 1996–1997, 1997–1998, 1998–1999, 1999–2000, 2000–2001।

शिव बहादुर सिह, 'नेपाल शासन एव राजनीतिक 2001 गगा सरन ऐण्ड ग्रेड सस, वाराणसी,।

रूद्र दत्त एव के0 पी0 एस0 सुन्दरम, 'भारतीय अर्थव्यवस्था,' 2001 एस चद, नई दिल्ली,।

* BIBLIOGRAPHY

Aggrawal, Mangat Ram and Posh Raj Pandey 1992 Prospects of Trade Expansion in the SAARC Region", Developing Economies, XXX-1 (March) 3-23

ASEAN 1993 "ASEANEconomic Info View", 1,2, December 1993, Jakarta, The ASEAN Secretariat

Agwani, M S et al ed, South Asia Stability and Regional Co-operation, (Chandigarh, 1983)

Andic, Fuat, et al , A Theory of Economic Integration for Development Countries (London, 1971)

Ayoob, Muhammed, India, Pakistan and Bangladesh Search for a New Relationship (New Delhi, 1975)

Abeyesekara, Charles, "Issues of South Co-Operation A Sri Lankan perspective", Strategic Studies series, No 1, Spring 1985, pp 152-62

Abraham, A S , "Co-operation in South Asia Seven States in Search of a Link", Times of India (New Delhi) 24, March' 81

Adiseshiah, Malcom S , "Economic Rationale of SAARC", South Asia Journal, Vol 1 No 1. July-September, pp 29-42

Aditya Anand, SAARC "The Call for Co-Operation And Concept of a South Asian Regime", South Asia Forum, No 7, 1984

Agarwal, Govid Ram, "Some Avenues for South Asian Economic Co-operation", South Asia journal, Vol, 1, No 1, July September 19987

Agrawal, Mangat Ram "Regional Economic Co-operation A Strategy for Economic Development in the South And South East Asian Region", Asian profile, Vol, 12, December, 1984, pp 537-54

Ahamad Bashir, "Sharing of River Waters in South Asia" Regional Studies, Vol 3, No 2, September 1985, pp. 16-20

------------SAARC Some Reflections", Regional Studies, Vol. 5, No 4, Autumn 1987, pp 3-6

Ali, Ifzal, "Estimating the Determinants of Export Supply in India", Indian Econmic Journal, Vol. 31, No. 3. January-March 1984. pp 13-23

Aksan, Abul, "New Horizons for SAARC", Mainstream, Val. 25, Annual Special, 1987, p 57.

Antolik, Michael, "ASEAN and SARRC Revisited : More Lessons" Contemporary South East Asia, Vol.9 No 3, December 1987 pp 221-28

Ahuja, kanta, "Trends in Regional Economic Co-operation in South And South East Asia" South Asian Studies, Vol, 12, Nos 1-2, January-December 1977.

A Survey of Research in Economics Vol II Macroeconomics.

A D B (2000) Asian Development Out Look-2000

Balassa, Bela 1965. "Trade Liberalisation and Revealed Comparative Advantage", Manchester School of Economic and Social Studies, 33,2 (June), 99-123.

Bahadur, Kalım Pakistan and SAARC, World Fours, Vol 14, No7, July 1993

Barı, Muhammad Fazlul 1992 "Water Resourcese Development in South Asıa Issues and Approaches for Regıonal Cooperatıon" ın Imtıaz Ahmed and Meghna Guhathakurta, eds, "SAARC Beyond State-Centrıc Cooperatıon" Dhaka Centre for Socıal Studıes

Baumol, W.J 1986 "Productivıty growth, convergence, and welfare", Amerıcan Economıc Review, 76 (December)

Balassa, Bela, The Theory of Economıc Integratıon (Homewood, 1961)

Bajpaı, U S ed , Indıa And ıts Neighbourhood (New Delhi, 1986)

Bagchi, S K , "Trade Development ın South Asia", Foreign Trade Revıer, Vol 10, No 1, Aprıl-June 1975

Banerjee, Subrata, "SAARC, Problems and prospect, PTI Feature, Vol 6, No 174 December 2, 1985, PF-B 720.

-------------'SAARC and Bangladesh, World Focus, Vol 14, No7 July 1993

Banerjee, Summanta, "Indıa And South Asia Growıng Econmic Stake" Economıc and Polıtıcal Weekly, 12 June 1971

Banskota, N P , "Nepal · Toward Regıonal Economıc Co-operatıon in South Asia". Asıan Survey, Vol 21.3, March 1981

Bhutan. 1994. "Bhutan · Country Economıc Memorandum", Washington D C , The World Bank (November (1994)

Bhandari, Ramesh: "South Asia Summit", Maınstream, Vol XXIV, No 13&14,30 November 1985

Bhatt, P.R "Trade Flows ın South Asıa", Man & Development, Vol. 6 No.3, September 1984, pp 104-16

Bhagwati, Jagdish, 1990. "Multilateralism at Rısk. The GATT ıs Dead, Long lıve GATT, World Economy, 149-169

Bhagwati, Jagdish. 1992a. "Regionalism and Multilateralism . An Overview", in "the New Regionalism in Trade Policy". Washington, DC The World Bank

Bhagwati, Jagdish. 1992b. "Regionalism Versus Multilateralism", World Economy, 535-55

BOI (Feb, 1994.) "Bangladesh : A New Horizon For Investment", Dhaka · Board of Investment, Prime Minister's Office.

Bradford C , and W.Branson, Eds. 1987. "Trade and Structural Change in Pacific Asia", Chicago University of Chicago Press

Braga, Prima, C.A 1992 "NAFTA and the Rest of the World" in Lusting N. et al. Eds "North American Free Trade", Washingtion, D C : The Brookings Institution, 210-34,

Brıj, Mohan, "Trade Prospects India's Leading Role" World Focus, Vol 3, No. 3 March 1982.

Braun, Dieter, "South Asia and the Arc of Crisis Interaction of Regional External Policies", 1971-82, Problems of Non-alignment, Vol, I, No 13, Septmeber-November 1983, pp 215-26.

Bhabatosh Datta, Indian Economic Though, Twentieth Century Perspectives 1900-1950 Bhowmik, Debesh, 1998 Regional Trading Blocs and International Mony IEA, Conf Vol 1998

CBSL (1990) Central Bank of Sri Lanka, Annual Report, 1990 Colombo

CBSl (1993) Central Bank of Sri Lanka, Annual Report, 1993, Colombo

Chopra, Pran, "Regional Co-Operation,"World Focus, Vol 4, Nos, 11-12, November-December, 1983

----------"The Search For South Asia, "Perspective, Vol 1, No 8, March, 1978

---------- Why South Asia and How, "World Foucs Vol 3, No 3, March 1982

Chopra, Pran et al, Future of South Asia (Delhi, 1986)

Chakravarthy, Nikhil, "South Asia as Concept", World Focus, Vol 6, No 9 September 1985, pp 15-18

Chanana, Charanjit, "South Asian Economic Community", Asian Economist, Vol. 4, February, 1978.

--------- South Asia · The Changing Environment", South Asian Studies, Vol 16, No 1, January-June 1981

Chhabra, Hari Sharan · World Focus Monthly discussion Journal, Vol. 14, No 7, July 1993

Clark, Colin. 1957 "The Conditions of Economic Progress", London. Macmillan.

Cline, William. 1982 "Can The East Asia Model of Development Be Generalised", World Development, 10,2, 81-90

Commerce. "Trade A South Asian Economic Community", Commerce, Vol 146, No. 3752, April 30, 1983 (Editorial).

Correspondent, Pseud, "SAARC : Road to Sommit", Mainstream, Vol 47, July 21, 1984,

--------SARRC Intentions and Implementation", Mainstream, Vol. 22, No 27, March 3, 1984.

Colombage, S.S. 1994. "Payments and monetary Cooperation in South Asia, Developments and Perspectives' in Perspectiveson South Asian Coopration" (Coordinating Group for Studies on South Asian Perspectives), Islamabad, friedrich Ebert Stiftung.

Corea Gamani, "Regional Co-operation in South Asia · Perspective And Prospects", South Asia Journal, Vol 1, No 1, July-September 1987-pp, 1-6.

Cruden, Robert, et al, ed, New Perspectives on America and South Asia (New Delhi, 1984)

CSO, Thimpu (1992) "Statistical Year Book of Bhutan 1991" Central Statistical Office, Planning Commission,, Royal Government of Bhutan Thimphu (July)

CSO, Thimpu (1993) "Foreign Trade Statistics of Bhutan, 1990", Central Statistical Office, Planning Commission, Royal Government of Bhutan, Thimpu (March)

Chaudhury K 1998, Measuring Socio-Economic Performanceand structural Adjustment of SAARC countries, IEA, 81 st Conferencevol 1998

Curent History, The Nations of South Asia, Current History, Vol 81, No 475 May 1982, pp 193-234

Dasgupta, Punya Priya, "SAARC Session till wemeet again", Herald Review, Vol 1, No. 32, May 27-June2, 1985, pp 32-34

Dasgupta, Subhendu, "Political Economy of SAARC", Frontier, Vol 19 No 47 July 11, 1987, pp 6-9

Desai, M.V "South Asia Worthwhile Intiatives, Commrce, Vol 148, No 3798 March 19, 1984

Department of State Publication 7410, The Sub-Continent of South Asia (Washington 25, D C , 1962)

"Dhaka Declaration", Commerce, Vol 151, No 3891, December 21, 1985, pp 1102-3

D N Pseud India's Role in South Asia, Economic And Political Weekly, Vol 23, No 30, July 23, 1988 pp 1512-3

Documents, SAARC, India Quarterly, Vol. 40 Nos 3 & 4, July-December 1984, pp.323-396

Documents, Third SAARC Summit, Kathmandu, 1987, South Asia Journal, Vol 1, No 3, January March 1988 pp 329-50

Dombush, Rudiger 1990 "Policy Options For freer Trade The Case for bilateralism", in R Z Lawrence and C L Schultze, Eds, "An American Trade Strategy Options For the 1990s:, Washingtion, DC· The Brookings Institution.

Drysdale, P., and Gamaut R. 1982 Trade Intensities and the analysis of Bilateral Trade Flows in a Many Country World A Survey", Hitotsubashi Journal of Economics 22,2 (February).

Drysdale P. and R. Gamaut. 1993. "The Pacific An Application of General Theory of Economic Integration," C.F. bergsten And M. Noland, Eds Paific Dynamism and International System"

Dubey Muchukund, 1995. "Indo-Bangladesh Economic Relations", I Discussion paper presented the Conference on "Indo-Bangladesh Dialogue" Jointly organised in New Delhi the Centre for Policy Research, New Delhi and the centre for Policy Dialogue, Dhaka, on 2 February 1995

ESCAP, 1990, "The Economic Impact of Tourism in Maldives", Bangkok and New York United Nations (ST/ESCAP/790)

ESCAP 1993 "Economic and Social Survey of Asia and the Pacific 1992 (Part Two Expansion of Investment and Intra-Regional Trade as a Vehicle for Enhancing Regional Economic Cooperation and Development in Asia and the Pacific), Bangkok and New York United Nations

ESCAP 1994 Economic and Social Survey of Asia & the Pacific, 1993, Bangkok and New York United Nations

ESCAP 1990 "Restructuring the Deveyoping Economies of Asia and the Pacific in the 1990' Bankokand Mew York United Nations (ST/ESCAP/879)

Ellsworth, 1958, International Economics New York

76 FIAS 1993, "Improving the environment for Foreign Direct Investment in the Maldives", A Report of Foreign Advisory Service (a joint service of International Finance Corporation, Multilateral Investment Guarantee Agency and the World Bank), Washington, D C (Septrmber 1993)

FNCII 1994 "Nepal and the World A Statistical Profile, 1994", Kathmandu Federation of Nepalese Chamber of Commerce and Industry

Gandhi, Indira, "Inaugural address at the South Asian Regional Co-operation meeting of Foreign Ministers at New Delhi", August I, 1983 India Quarterly, Vol 40, Nos 3 & 4, July-December 1984, pp 259-61

Gangal S C , "Spotlight on South Asia Co-operation and Cisis in the Region", Gandhi Marg, Vol 5, No 6, September 1983 pp 311-14

Ghosh Chitra, Rural Backwardness and Strategies of Development in the Third World", Asian Studies, Vol 5, No 2 Aprial-June 1987 pp. 18-29.

Glyn, Andrew, et al. 1991 the Rise and Fall of the Golden Age" in Stephen Marglin and Juliet Schor, Eds, "The Golden Age of Capitalism", Oxford . Clarendon Press, pp 39-125.

GOI 1995 "Economic Survey, 1994-95", New Delhi : Government of India, Ministry of Finance, Economic Divison.

Gonzales del Vaue J 1975. "Monetary Cooperation Among Developing Countries", (A Report Prepared for UNCTAD), Geneva UNCTAD (TD/B/AC-19/R-6).

GOP 1994 "Economic Survey, 1993-94", Islamabad . Goverment of Pakistan, Finance Division, Economic Adivser's Wing (October 1994).

GOPRB 1993 " Economic Survey, 1992-93, Dhaka : Ministry of Finance, Finnace Division, Economic Adviser's Wing, Government of the People's Republic of Bangladesh.

GOPRB. 1994 "Statistical Year Book of Bangladesh, 1993", Dhaka Bangladesh Bureau of Statistics, Statistics Division, Ministry of Planning, Goverment of the People's Republic of Bangladesh (April 1994)

Gonsalves Eric, "Agenda for the Next Decade", South Asia Journal, vol 1, No 1, July-September, pp 19-28

G P D, Pseud, "Long Shadow over South Asia, Economic and Political Weekly, Vol, 16 No 47, November 21 1981

Gupta, Sisir, India and Regional Integration in Asia (Bombay, 1964)

Gupta, Bhabani Sened, Regional Co-operation and Development, Vol I&II (New Delhi, 1986)

Gandhi, Indira, Inaugural Address At the Meeting of the South Asian Foreign Ministers, Vol, 29, No 33, August 13-19, 1983

Ghuman, R S and Madaan, D K, Indo-SAARC Trade Scenario Emerging Trend and Trade of the Indian Economic Journal, Vol 47, No 3

Govt of India, "Indian Economy New Palicies Open-up New Opportumities", May 1993

Gonsalves, Eric and Nancy Jetly The Dynamics of South Asia Regional Cooperation And SAARC, 1999

Haas, Richard N "South Asia Too Late to Remove the Bomb? Orbis, Vol. 32, No 1, Winter 1988, pp 107-18

Hamal, L 13 Economic History of Nepal, Ganga Kaveri, Varanasi, 1994

Hafiz, M Abdul, "Regional Problems And Prospects for Co-operation in South Asia", Biss Journal, Vol 8, No 4, October 1987, pp 385-406

Heckscher, Eli 1919 "The Effect of Foreign Trade on the Distribution of Income", Ekonomisk Tidskrify, Vol XXI

Hicks, George 1990 "Explaining the Success of the Four Little Dragons . A Survey", in Seiji Naya and Akira Takayama. Eds "Economic Development in East and Southeast Asia", Honolulu. Resource Systems Institute, East-West Centre, and Singapore ASEAN Economic Research Institute, Institute of Southeast Asian Studies, 20-37

HMGN (1988), "Nepal and its Water Resources", Kathmandu Water and Energy Comission Secretarat, Ministry of Water Resources, His Majesty's Government of Nepal.

HMGN (1992a) "Profiles of Medium-Scale Hydro-Electric Projects" Kathmandu Water And Energy Commission Secretariat, Ministry of Water Resources, His Majesty's Government of Nepal (June)

H MGN (1992b) "Hydro-electric Projects Identified for Private Investent : 1 MW To 50 MW Capacity)" (August)

HMGN (1993). "Nepalese Legal Provision on Hydro-Power Development", Kathmandu Ministry of Water Resources, His Majesty's Government of Nepal.

Honavar, R.M , "South Asian Economics", IASSI Quarterly Newsletter, Vol. 3, Nos 1/2, June 1984.

Huq, Shamsul, M , "South Asia for Regional Co-operation : Past, Present and Future", Biss Journal, Vol 7, No 3, 1986, pp. 426-441

Humayun, Kabir Mohammad, "India, SAARC and South Asia", Regional Studies, Vol. 4, No 3, Summer 1986, pp 67-80

ICID. (1994) "Management of International River Basins And Environmental Challenges", Dhaka, Academic Publishers in association with the Bangladesh (ICID)

IGSAC-II (1991) "SAARC Moving Towards Core Areas of Cooperation" (A Report of the Independent Group on South Asian Cooperation), Colomobo FNST (September)

IMF (2000) Direction of Trade Statistics Year Book-2000

IMF (1994)" Direction of Trade Statietics Year Book 1994", Washington, DC International Monetary Fund

Jha, Hari Bansh (1994) "Nepal-India Border Trade Retrospect And Prospect", Paper Presented at the International Seminar on "Prospects of Duty-Free Bordr Trade and Special Economic Zone Between Nepal and India", (May 3,4, 1994), Kathmandu Centre for Economic and Technical Studies

IFtekharuzzaman, "SAARC In Progress Achievements, Old, Problems, New Dimensions", Regional Studies, Vol 6, No1 Winter 1987-88, PP 12-26

Introducing Maldives", Indian adn Foreign Review, Vol , 20, No 20, August 1-14, 1983

Iqbal, Mohammad, "SAARC The Urge for Co-Operation in South Asia", Regional Studies, Vol 4, Autumn, 1986, pp, 47-64

Jackson, Robert, South Asian Crisis · India, Pakistan And Bangladesh. (London, 1975)

Jagjit, Singh, "Transport Linkages in South Asia', India Quarterly, Vol 40 Nos. 3,4 July-December 1984, pp 277-86

Jones, Ronal W, and J. Peter Neary 1984 "The Positive Theory of Intenational Trade" in "Handbook of International Economics", Vol l, Eds R.W Jones and P.B. Kenen, Amsterdam. Elsevier Science Publishers, 1-62

Joint Communique first meeting of South Assian Foreign Secretaries, Colomobo, 23 April, 1981

Joy, P A. SAARC- Trade and Development, Deepand Deep, New Delhi1998

Kalirjam, F.et al., Economic Integration Among Developing Countries (paris, 1969)

Kalirajam, K., "South Co-Operation, Trade Relations Between Indonesia And South Asia", Pakistan Development Review, Vol. 22 No. 4, Winter 1983, pp 261-82.

Kapur, Pratap, "SAARC . Whither, Regional Co-operation" Democratic -World, Vol 12, No 35, August 28, 1983

Kansakar, Vidya Bir Singh, "The Demographi Dimension of Regional Co-operation in South Asia", Regional Studies, No 3, Spring 1988, pp. 78-79

Katyal k k "South Asian Summitry so Near, yet so far", Frontline, Vol. 2, No. 25, December 14-27, 1985, pp 4-12

---------SAARC ALong Trek", Frontline, Vol 3, No 22, November 1-14, 1986, pp 4-9

-----------SAARC Some Lessons, Forntline Vol. 4, No 13, June 27, July 10, 1987, pp 118 20

Kennedy, Charles, H , Politics of Ethnic Prefrence in Pakistan", Asian Survey, Vol 24, No 6, June 1984, pp 688-703

Kelly, E J Marketing Planning And Competitive Strategy, PHI, New Delhi, 1976,

Khalid, Mohammad, "Regional Solution to Individual Problems" Pakistan And Gulf Economist, Vo 2, No.11, March 12, 1983

Khilhani, N M, "SAARC An Ideal South Asian Forum", PTIFeture, Vol 7, 11, October 15, 1986, FC 213

Khanna, Ashok, "Market Distortions and Export Performance India's Expots of Manufacturers in the 1970s", Review of World Economics, Vol 120, No 2, 1984, pp 348-60

Kitamura, Hiroshi, "Economic Theory and the Economic Integration of underdeveloped Regions", In M Wionczek ed, Latin American Economic Integration Experiences and Prospects pp 42 -63 (New York, 1966)

Karuse, Lawrence B 1987 "The Structure of Trade in Manufactured Goods In The East and Southeast Asian Region", In C L Bradford and W H Branson, Eds , "Trade and Structural Change in Pacific Asia", National Bureau of Economic Research, Chicago: University of Chicago Press

Krugman, Paul 1992 "Regionalism Vs Multilateralism Analytical Notes", in "The new Regionalism in Trade Policy", Washington, DC The World Bank

Krugman, P R 1991. "Is

Kuzents, Simon. 1959 "Economic Growth", New York The Free Press

Kuzents, Simon 1971 "Economic Growth of Nations Total Output and Production Structure", Cambridge, Mass Harvand Uneversity Press

Kirkpatrick, Colin. 1994. "Regionalisation, Regionalism and East Asian Economic Cooperation", The World Ecomomy, 17,2 (March), 191-202

Langhammer, RJ. And Hiemenz. 1990 "Regional Interagration Among Developing Countries", Kieler Studien, 232, Tubingen : J&B. Mohr.

Lewis, S.R., Pakistan Industrialization And Trade Policies", Oxford University Press, London, 1970

Mazels, Alfred 1963 "Growth and Trade" Cambridge . Cambridge University Press.

Maldives (1994) "Statistical Year Book of Maldives 1994', Male . Ministry of Planning, Human Resources and Environment, Republic of Maldives

Manrique, Gabriel 1987, "Intra-Industry Trade Between Developed and Developing Countries The United States and the NICs', Journal of Developing Areas, 22 (July), 481-94

Mukherji, Indra Nath 1994 "Regional Trade, Investment and Econmic Cooperation Among South Asian Countries", in S P Gupta, et al, Eds ibid , 352-57.

Meeting of Foreign Secretaries of South Asian Countries, Ist, Aprial 20-22, 1981, Colombo, Joint Communique, Colombo, April 22, 1981, Asian Recorder, Vol. 27, No 28, July 9-15, 1981

Meeting of the Foreign Secretaries of South Asian Countries, 3rd, August 7-9, 1982, Islamabad, Joint Communique, Islamabad, August 9, 1982, Pakistan Horizon, Vol 35, No 3, 1982, PP 137

Meeting of Foreign Ministers of Seven South Asian Countries, 2nd, July 10-11, Male, Joint Communique, Male, July 11, 1984, Asian Recorder, Vol 30, No 37, September 9-15, 1984

Meeting of Foregn Ministers of Seven South Asian Countries, Ist, August 1-2, 1983, New Delhi, "Declaration on South Asian Regional Co-operation", New delhi, August 2, 1983, Asian Recorder, Vol 29, No 33, August 13-19, 1983

Meeting of Foreign Secretaries of South Asian Countries, 4th, Dhaka, Joint Communique, Dhaka, March 29, 1983, Asian Recorder, Vol 29, No 20, May 14-20, 1983, p 17160

Mishra, K P, Rasgotra, M, Chopra, V D, eds, Southern Asia-Pacific Perceptions and Strategies (New Delhi, 1988)

Mishra, P K, India Pakistan, Nepal And Bangladesh : India As a factor in the Intra-Regional Integration in South Asia (Delhi, 1979)

Mishra, Promod Kumar, "Politics of South Asian Co-operation A study in Objectiv and Viability "Problems of Non-alignment, Vol No 4, December 1983, Febwary 1984, PP 397-436

Mansergh, Nicholas, "India and Pakistan · Whether they have turned?", International Journal, Vol 34, No 2, Spring 1984, pp 460-80.

Man Singh, Surjit, "Regional Co-Operaction in South Asia Imperatives and Obstacles", Punjab Journal of Politics, Vol 6, No 1, January-June 1982, pp 130-144

Malla, Gehenral, Regional Co-operation in South Asia : A Nepalese Prespective", Strategic, Studies Series, Nos. 6-7, Winter-Spring 1985-86, pp 94-120

Mangat Ram, "Regional Plan Harmonisation and Trade Co-operation in South Asia", Foreign Trade Review, Vol 8, No 2, July-September 1973

Muni, S D, and Muni, Anuradha, Regional Co-operation in South Asia (New Delhi, 1984)

Muni, S.D.. SAARC at the Crossroads, World Focus, Vol 14, No.7, July 1993.

Machlup, Fritz, Economic Integration Worldwide, Regional, Sectoral' (London, 1976)

Mathur, Girish, "SAARC· A still born Child", Link, Vol. 29, No 15, November 16, 1986, pp 6-9

Masky, N M Note on a single currency for SAARC, The Indian Economic Journal Vol 46 No 1

Mehta, D S Amere Talking Shop, World Fours, Vol 14, No 7 July' 93

MOHANAN, B 1992 The Politics of Regionalism In South Asia, New Delhi Atlantic, 1992.

Mukherjee, Neela, Towards SAARC Preferential Tradıng Arrangement in Services, The Indian Economıc Journal, Vol 47 No 3

Mukherjı, Indra Nath SAARC Its Economıc Achievements, World Fours July' 93

NCAER & FNST 1993 " Structure and Promotıon of Small-Scale Industrıes in Indıa Lessons For Future Development", New Delhı National Councıl of Applıed Economıc Research

NPC 1992 "The Eighth Plan (1992-1997)", His Majesty's Government, Natıonal Plannıng Commıssıon, Nepal

NRB 1994 " Trade Imbalances With Indıa", (Economıc Development And Engıneerıng Research Instıtute), Economıc Revıew, Occasıonal Paper, Number 7 (April 1994), 58-69

NRB 1994a "Quarterly Economıc Bulletın", Kathmandu Nepal Rastra Bank (January 1994)

Narasımha Rao, P V, Address to the South Asıan Regıonal Co-operatıon Standing Commıttee, New Delhi, February 27, 1984, Foreıgn Affairs Record, vol 30, No , February 1984, pp 71-74

Nehru Jawaharlal, Indıa's Foreıgn Policy Selected Speeches, September 1946-Aprıl 1961, (Delhı Publıcation Dıvısion, Government of Indıa, 1983)

Nızami, Arıf, "South Co-operatıon", Seminar, No 303, November 1984, pp 34-5

Mınistry of External affaırs, Report of the technıcal Commitee of Telecommounications, Islamabad, 21-22 November, 1983 (SAARC/Sc/8).

New Delhı, External Publıcıty Dıvısıon, Mınıstry of External Affaırs, Six-natıon Summit on Nuclear dısarmament · Delhi Declaration, 20 January, 1985

Ohlin, Bertil. 1935." Inter-Regional and International Trade", Boston Harvard University Press

Oman, Charles 1994 "Globalisation and Regionalisation The Challenge for Developing Countries", Paris : Development Centre, OECD.

OKUN ARTHUR M. 1975, "EQUALITY AND EFFICIENCY-The Big Tradeoff : OXFORD & IBH Publishing co. New Delhi.

Panchamukhi, V R. 1992. "Strengthening Complementarities and Intra-regional Trade in Asia And the Pacific", (ESCAP) Economic Bulletin for Asia and the Pacıfic, XLIII, 2, December 1992, pp 71-90

Panchamukhi, V R. 1993 "Asian Economic Area· What it Means?" RISDigest, 10, 2&3 (September), 11-29

Panchamukhi, V R., K.C. Reddy&I N Mukherjee "Trade Compensation in Asia through Clearıng Arrangements The Role of Indıa", New Delhi RIS (Mimeo)

Panchmukhı, V R., et al 1990 "Economic Cooperatıon in the SAARC Region Potential, Constraınts and Policies", (Research and Information. System for the Non-alıgned and Other Developıng Countries), New Delhi· Interest Publications.

Paper Presented at IX Conference of U P Govt Degree College, Acad, Soriety, December 19-20, 2000 Pant, D C "India's Trade Relations with SAARC Countries An Analysis"

Prebisch, Raul 1964 "Towards a New Trade Policy for Development", Report by the Secretary-General of UNCTAD, New Yourk United Nations

Project SMED 1991. "Astudy on Automative Spare Parts Manufacturing Industry in Sri Lanka", Colombo Friedrich Naumann Stiftung and Fedration of Chambers of Commerce and Industry of Sri Lanka

Project SMED 1993 "A study on Die And Mould Manufacturing industry in Sri Lanka", Colombo FNSt & FCCISL

Parakh, H T "Prospect for Regional Co-operation in South Asia", Capital (Annual No), 1978-79, pp 135-7

Pant, V P "Economics of Regional Co-operation "South Asia forum, Vol 1, No 1, Winter 1981,pp 43 6

Picus, John, Trade Aid and Development The Rich and Poor Nations (New Yourk, 1967)

Pant D C 2000 "India's Trade Relations with SAARC Countries An Analyesis, "Paper Presented in U P Govt Degree College cad Society conference Dec 19-20, 2000 at Ghazipur

Prospects for SAARC", Mainstream, Vol XXVi, No 45, 20 August 1988,pp, 7-13

Pant, Dc., Pakistan and South Asia Declaration on South Asian Regional Co-operation, Pakistan Horizon, Vol 36, No 3, 1983,pp 184-1847

Quasim, Abul, "Regional Trade in South Asia Need to boost Non-Traditional Exports", Third World, vol. 5, No 5,6 September-October and November-December 1984,pp.20-23

Qureshi, M L , "Indian Development Strategy and South Asian Regional Co-operation", India Quarterly, vol. 40, Nos. 3 & 4, July-December 1984,pp 274-76.

--------Sotuh Asian Economies During 1970s: The Overall Views", south Asian Studies (Islamabad), Vol. 1, No.1, January 1984,pp.9-23.

Rao, V L and R. Upendra Das 1993 "Potentials of Trade Cooperation in Asia", (Paper Presented at the International Conference on "challenges to the South in the Nineties With Spacial Refernce to the Asian Region"), New Delhi RIS & Geneva. South Centre (March 29-31).

Razve, Mujtaba, "South Asia and the SAARC", Pakistan Horizon, Vol 39 No 1, 1986,pp. 120-77

Rothstein, Robert L, Global Bargaining UNCTAD the Quest for a New International Economic Order (Princeton, 1979)

RAGHAVN, S.N , 1995 "Regional Economic Cooperation Among SAARC Countries, New Delhi, ESRF, 1995

Rathod. H S , 1996-97 Social Sector and Development India Vis-a-vis SAARC Countries, VARTA. Val XVII, April and October 1996, 1997, No 5, land 2

Sontakki, C N Marketıng Management, Kalyanı, Ludhıana, 1999

Todaro, Michael P (1985) Economic Development ın the thırd World" Long Man, Orıent

Up-adhyaya, K P, etal, Dc Devaluatıons, Imporove Trade Balancs Eudence From Four Soth Asian Countrıes the Indıan Economıc Journal, Val 47, No 3

Udyashankar, B, "Lımıts and Lımitatıons of SARRC", Strategıc Anyalysıs, Vol 9, No 11, February 1986,pp 1059-68

U N (2001) Trade and development Report 2000 Book well Indıan edıtıon Un CTAD (2000) Hand Book of Internatıonal Trade and developent Statıstıcs, 2000," Geneva UNCTED and New York Unıted Nofions

Varma, S P and Mıshra, K P,,ed, Foreıgn Polıces ın South Asıa (Bombay, 1969)

Viswam, S, "SAARC Potentıal for Regional Benefits", Democratıc World, 14 (50), December 15, 1985,pp 56

--------Lots of Hope ın SAARC", World Focus, vol 17, Nos 11-12, November-December 1986,pp 42-44, 77

Varshney, R.L and B Bhattacharya, "Internatıonal Marketing Management-An Indıan Perspective", Sultan Chand, New Delhı, 1993

World Bank 1992 "World Development Report, 1992" Washıngtıon D C.· The World Bank

World Bank. 1994a. "World Development Report, 1994", Washıngtıon, D.C. The World Bank.

World Bank 1994b "Global Economic Prospect and the developıng Countrıes', Washington D C.. The World Bank

World Bank, 1999, Knowledge for Development", (The World Development Report.-1998-99)

Wolopert, Stanley. Roots of Conformation in south Asıa (New York . OXford Universıty Press, 1982)

Willber, C ed, The Polıtıcal Economy of Development and Under-development (New Yourk, 1973)

World Bank 2000 · Entering the 21st Century, (World Development Repant 1999-2000) World Development Report 2000-2001

Yambrough, B.V., and Yambrough, R.M 1992 "Cooperation and Government in Internatıonal Trade The Strategic Organisational Approach", Prinetion : Princeton University Press